

 互联网实验室
ChinaLabs
新媒体三部曲

中国网络媒体 20年 1994—2014

闵大洪◎著



电子工业出版社
Publishing House of Electronics Industry
北京•BEIJING

内 容 简 介

中国互联网 20 年的发展，有很多重要的事件和时刻值得记录纪念，有很多经验教训值得总结汲取，但更重要的是，从整体上把握它与中国社会的相互关系。“东方风来满眼春”，中国互联网是在改革开放重新扬帆不久后启航出发的，改革开放的进程为中国互联网的发展注入活力和创新力，同时中国互联网以自己的力量不断推动着中国社会的发展、繁荣、进步——这应该是我们看待、评价中国互联网和中国网络媒体作用的基准。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有，侵权必究。

图书在版编目（CIP）数据

中国网络媒体 20 年：1994～2014 / 闵大洪著. —北京：电子工业出版社，2016.3
（新媒体三部曲）

ISBN 978-7-121-27819-8

I. ①中… II. ①闵… III. ①计算机网络—传播媒介—研究—中国—1994～2014
IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 300435 号

策划编辑：刘 皎

责任编辑：石 倩

印 刷：三河市华成印务有限公司

装 订：三河市华成印务有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编：100036

开 本：720×1000 1/16 印张：22 字数：417.6 千字

版 次：2016 年 3 月第 1 版

印 次：2016 年 3 月第 1 次印刷

定 价：78.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：（010）88254888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线：（010）88258888。

“新媒体三部曲”编写委员会

丛书总策划：刘九如

丛书总主编：方兴东

丛书主编：赵婕

执行策划：刘伟、孙雪、杜康乐、李宇泽

丛书编辑支持单位：数字论坛、博客中国

丛书编辑合作单位：互联网实验室、浙江传媒学院互联网与社会研究中心

“新媒体三部曲”总序

方兴东

毫无疑问，社会信息传播的变革是人类文明进步和社会各个层面变革的根源。所以，可以毫不夸张地说，过去 20 年发生在中国的互联网与新媒体浪潮，其影响的深远和意义的非凡，超越了当下所有的书写。可惜，这场媒体的深刻变革依然深深埋藏在媒体自身制造的浮躁与喧嚣之中。谁来全局性地记录和勾勒这 20 年来波澜壮阔的新媒体革命？谁来给传统媒体全局性的且战且退的被动与迷惘指点迷津？谁能告诉我们中国新媒体的未来究竟将如何重塑中国和世界？

现在，搁在你面前的这部“新媒体三部曲”就是对上述近乎“不可能的任务”进行的尝试。也许，我们不敢说这已经真正抵达了上述问题的核心，但是，我们可以说，这肯定是国内最接近答案的努力！可以说，“新媒体三部曲”是迄今中国新媒体在史、论和法等多个层面最富有原创性思想，也是最接地气作品。在中国新媒体和媒体融合上升为国家战略的今天，一定能为学界、业界和政府层面提供不可替代的启发和参考。

“新媒体三部曲”的独特性来源于三位作者的独特性以及写作本书过程的独特性。首先，三人全程参与中国互联网与新媒体的发展历程，20 年的人和事都有着第一手的亲历和认知。三本书的写作几乎贯穿了 20 年，可以说是 3 个人 20 年的经验和思考精华，都是集 20 年之功的精华。

其次，交叉和跨界，是三位作者的共同特点，三人几乎都不同程度地参与了业界、学界和政府三个层面的工作。三人对新媒体的思考都富有原创性思想，这些思想不单单来源于书斋，而且来源于三人都曾经深度参与在新媒体第一线的实践。

最后，也是最关键的。当下中国新媒体领域，最需要的可能并不是大概念、大



理论和大思想。而是如何踏踏实实把这场变革、趋势以及实践的方向，能够说得正确，能够说得清楚，能够说得直白。能够为听得到炮火的实践者、社会各领域的研究者和负责政府顶层设计的决策者，提供正确的理论和思想指导。“新媒体三部曲”没有太多恢弘的理论，没有太多奇巧的新概念，但是，对于当下的新媒体实践，对于过去 20 年刚刚发生的过去，以及对于正在到来的全新未来，试图给出迄今为止最清晰、最有概括性、最具参考性的解答。

可以说，能够组织出版这三部曲，是我的一个心愿，也是一种使命，更是一种荣幸。闵大洪和孙坚华两位对我来说，亦师亦友。都是在 20 世纪 90 年代后期新媒体浪潮之中先喜欢上他们的文章，再开始深度的交往。20 年如一日，文如其人，人如其文。无论是为人还是为文，都可以在内心给你一种独特的温暖，都达到了值得我敬仰的高度。

闵大洪，中国最早的新媒体研究开拓者。年龄上属于老师辈。交往起来，却是老家大叔一般，醇厚朴实，也仿佛中学语文老师一般，随和亲切。面容富有沧桑感，更像很有亲切感的传统媒体。话语不多，语速不快，对新媒体的认识、对问题的把握，是从价值观的“道”的层面看透，不多的激情时分，却始终理性、明晰。多年前退休，但依然是学界不能或缺的学者。闵大洪这本《中国网络媒体 20 年》的写作，是这些年每年年度大盘点的集大成，几乎就是 20 年中国新媒体最完整、最忠实的记录，不可替代、不可重复。

孙坚华年龄略长于我，是中国新媒体最早的实践者之一，阳光帅气，本身就如同朝气蓬勃的新媒体一般。话题一打开，就可以娓娓道来，无论是国内，还是国外，敏锐、自信。小伙子一般，激情洋溢上来。聊天本身，答疑解惑，颇具军师风范。孙坚华的新媒体评论，爆发于上个世纪 90 年代后期，当时他的个人网站“新媒体观察”，以及他在浙江在线创办的“新媒体评论”……《新媒体革命》多是当年思想的汇聚。虽然从 2000 年之后，他就淡出了新媒体领域，但当时他评论的全局性、深刻性以及可操作性，在我心目中，国内迄今还没人能够超越。这几年他能够重新焕发写作激情，实在是一件幸事。

相对而言，我的这本是三部曲中最芜杂最不成体系的了，但是野心勃勃。与闵大洪和孙坚华相比，我更属于一位互联网旗手。缺乏传统媒体的经验，没有太多包袱，几乎就是 100% 的互联网色彩，所以观点和思想比他们更激进、更彻底。

中国新媒体 20 年的成就大大超越了国内与国外的认可和评价。可以说，在移动

互联网用户是美国 3.5 倍的“术”层面已经超越美国，在“法”层面不亚于美国，但在至关重要的“道”层面，还远远落后于美国。希望这个三部曲能在新媒体的道、法、术三个层面都努力勾勒清楚，更重要的是把新媒体之“道”说得更清晰点。

中国新媒体 20 年的历程惊心动魄，内在的变革力量还在厚积薄发，正在到来的以网络空间为基础的新格局必将更加波澜壮阔。“新媒体三部曲”希望站在国内和国外新媒体的全局性历史上，为面向未来的大家贡献我们力能说及的智慧。

推荐序

记录中国网络传播 20 年的历史文本

高钢

翻看大洪先生的文集《中国网络媒体 20 年（1994—2014）》，眼前影影绰绰地浮现出 1994 年至 2013 年中国互联网发展的蜿蜒曲折、波澜壮阔的历史长河。

大洪先生在新闻传播学界是从事互联网信息传播研究的一位标志性学者。他是中国互联网信息传播最早的关注者、参与者、研究者之一。他本人就是中国互联网发展进程中的一个有着特别意义的学术符号。

大洪先生对中国互联网发展进程中的事件、曲折、变化、探索，都留下了自己的观察和思考。年终专稿是大洪先生众多研究成果中的一部分，因其具有连续性、综合性等特点，成为学界和业界每到年底便期盼阅读的一份中国互联网发展趋势的具有提示和启发意义的学术文档。

大洪先生这一以 20 篇年终专稿为骨干的文集，不仅是追溯中国网络媒体和网络传播演进的历史文本，也是瞻望中国互联网发展的呼唤宣言。读着这些平实、真诚，富有思考的文字，我一直在感慨，感慨中国互联网走过的 20 年是何等的艰辛，又是何等的壮观！

我和大洪先生相识于 1997 年，那时，互联网还不像今天这样被人们所熟悉和依赖。他当时在中国社会科学院新闻研究所从事研究工作，我在《华声月》报社和我的同事们一起创办《华声报》电子版。大洪先生所在的研究机构是从事传统媒体理论和实务研究的，我在的新闻机构以出版传统的印刷刊物为主体业务，我和大洪先生当时似乎都行走在本行当的主流工作领域之外，进行着一个前景极其朦胧的探求。



就是在这种朦胧的行走之间，却同时感受到互联网对我们的的好奇心、求知欲和职业使命感的召唤。

我记得大洪先生曾几次到我们报社访问调查，深入细致地了解《华声报》电子版工作的运行细节，听我们讲述对互联网信息传播的感受，同时告诉我们他了解的网络技术应用的新信息，和我们一起讨论网站运行的策略。为了深入了解当时媒体网站的运行，他甚至直接承担《华声报》电子版新闻栏目的编辑工作，每天按时提交新闻，做得一丝不苟。

我记得我曾和大洪先生一起随中国早期网络传播管理机构的官员，对中国最早的媒体网站进行调研。那时互联网不是主流的事物，大家白天都在忙自己的本职工作，晚上聚集起来，走访调查，深入了解这个近乎缥缈的新事物。每到一处，他都是全神贯注地倾听，专心致志地记录。

我和大洪先生一起参加了早期的中国网络传播的研讨会。那是 1997 年在北京京丰宾馆举行的研讨会，会议名称居然是“97 全国电子报刊经营与发展趋势研讨会”，“互联网”都没有在会议的标语中出现。之后是 1999 年的夏天，我们一起参加在杭州举行的网络媒体研讨会，那个研讨会连个会标也没有，当时几十位做网络新闻传播的媒体人坐在宾馆的一间会议室里，不分行政级别，不讲媒体大小，没有座次顺序，大家济济一堂，各自谈着网上工作的感受，像是在说着太空行走这类完全没有重力感觉的经历。

现在回想起来，那是多么遥远的事情。那时，我们对互联网的认知是何等的肤浅。

今天，互联网已经成为人们获取新闻、学习知识、信息交流、生活娱乐、商业活动不可缺少的工具。连幼儿园的孩子们都在兴致勃勃地用 iPad 玩网络游戏。仅仅 20 年间，生活因互联网而改变，社会因互联网而改变，就连我们每个人都在互联网的世界里重新寻找着自己生命的时空方位。今天中国互联网网民的总数已经超过 6 亿！智能手机的拥有量已经占到全球智能手机总量的四分之一！互联网已经像电力、交通、能源一样，成为支撑社会运行的基础设施。互联网的技术应用正在日益广泛地深入到社会生活的各个领域，整个人类社会的文明进程正在受到互联网信息传播的深刻影响。中国社会的变革与进步已经与互联网这个伟大的科学创造建立起超越时空维度的密切关联。

如今，影响信息传播模式改变的三个重要技术，已经日益清晰地展现在我们眼前。

第一是移动互联网的发展，它拓展着信息传播的自由时空，使人类之间的信息交流在任何时间、任何地点都可以实现。今天，6 亿互联网网民中使用手机上网者已有 5 亿之众，网络信息传播的物理通道已经发生了本质性的改变。

第二是智能便携终端的发展，它提供了网络信息技术多元社会应用的个人平台。在这种智能终端上运行的各式各样的应用程序，使得人的多元社会需求得到无限的延伸和满足，比如娱乐、学习、商业购物和社会交往。中国智能手机的社会渗透率和美国一样，居世界前列。今天全球智能手机总量中，我们中国人手中的智能手机已经占到四分之一。

第三是云计算服务的发展，以大数据为基础的云计算服务将极大推进人类的信息共享、资源共享和服务共享，在满足多元社会需求的同时，提高整个社会的运行效率。

这三大技术的集成，使得整个社会的文明成果能够最大程度地为人类所享用。这些技术正在改变着信息交流的结构和模式，进而使公共信息的提供、社会关系的经营、社会结构的演进都在发生重大的改变，人类历史还没有任何一个传播技术这样深刻地影响着人类社会的运行，作用着人类文明的发展。我们看到，巨大的变化正在发生：

首先，网融合，信息集散的全新物理结构呈现。

多元网络之间的融合贯通已成趋势。互联网、通信网、广电网日益融合，以此形成对人与信息之间、人群与人群之间的全新的信息传输体系。媒介融合的景观呈现，现代信息技术正在推进信息传播的技术手段、功能结构和形态模式的界限发生改变，促进期间的能量交换。网络数字技术深刻改变着信息的采集、合成、传播和经营的各个环节的运行方式，把历史上不同媒体形态的独立演进过程统一为一个更加丰富、更加有序的过程。

其次，微传播，信息集散的全新基础单元生成。

微传播已经开启了网络信息传播的“核裂变”时代。每个人进行公共传播的能量被开掘出来，这种个体信息单元的传播能量经由互联网连接形成的超越时空局限的网络结构急剧放大。

随着各种信息终端的普及应用，在民众需求和市场目标的综合作用之下，Web 2.0 技术日益深入地完成着传统信息传播形态下各种信息专权和特权的分解，推进着基于每个社会成员的信息创造、信息传播、信息管理和信息经营的大趋势。



第三，泛关联，信息集散的全新社会能量开启。

整个网络信息传播正在推进着新的社会关联结构的形成。随着微传播单元的数量激增，人们在互联网上已经超越时空位置和文化背景，进行着新的社会关系的编织。

在互联网上社会关系的营造、维系、整合、放大的过程，其成本在急剧降低，内涵在日益丰富，效率在极大提升。网络社会正在释放着日益强大的能量，把人的需求细分，把人的能力强化，把人的创造整合，推动着人的理想的实现。

第四，大协作，信息集散的全新创造模式形成。

人类是基于理性主导下的，以创造活动来满足自身日益增长的物质与精神需求的物种。有序组织基础上的协作是人类从事大规模文明创造活动的基本形式。这种协作在互联网的世界中，已经有了全新的样态，它的规模更为浩大，进程更为顺畅，效率更加显著。

新一代互联网技术不仅为每个社会成员的信息创造架设了传输平台，更重要的是，它为人们提供了强大的信息集成结构。

以维基（Wiki）技术为例，它已经让我们看到，人类从事伟大创造的全新模式：设定宏大的目标，通过网际协作，将每个生命的创造能量聚集到围绕系统目标的运行之中，组织大规模的创造将这一目标不断实现、不断完善，整个创造过程为全社会共享。

基于个体生命的创造而形成的网际协作蕴藏着无限潜能。将无限个体生命的创造元素聚集到具有社会共识价值的公共创造过程之中的时候，这个创造过程就赢得了无限发展的可能性。

这一趋势将使社会在更大程度上获得来自每个社会成员的智慧推动，整个社会的智慧创造领域将极大拓展，智慧创造总量将极大增加，智慧创造过程将极大提速。

我深信，互联网不仅是伟大的技术革命者，而且是伟大的社会变革进程的推动者。

从中国社会发展进程来看，随着互联网技术日益广泛的社会应用，人民的知情范围不断扩大，表达空间不断拓展，监督效率不断提高，参与机会不断增多，公共协商的机制终于呈现在中国社会生活中。这些巨大的社会变革充满了艰难坎坷，但是，这些进步在我们面前真实地呈现着，中国的历史进程因此而发生着变迁。

互联网在中国投入社会应用的 20 年间，我们经历了互联网技术模式的换代变革。

在 Web 1.0 时代，我们体验的是信息总量剧增、全球信息互联、信息综合提供、网络数据检索为主要特征的网络泛传播时代。这个时代我们感受的是人与信息之间的连接。

这一时代其主要的信息提供模式仍然是机构为主体的公共传播。我们感受的是信息总量的急剧增长，信息获取更及时、全面、精准和便利，大型门户网站和网际搜索引擎在满足我们综合性信息需求的同时，帮助我们在整个互联网的信息海洋中实施导航、检索、诠释和分析。

每个人与世界范围的信息联系起来，人类极大地扩张了自己的观察视野。

Web 2.0 时代，我们体验的是媒介形态多元、个体传播强化、网际协作普及为其主要特征的网络社会形成的时代。这个时代我们感受的是人与人之间的连接。

这一时代信息的提供模式从形态上看是以视频信息为主的多元媒体形态的融合，从信息传播的渠道上看是以移动网络为主的宽带网络的应用，从信息传播目标上看是以满足人的多元社会需求而进行的个体之间、个体与群体之间、群体与群体之间的信息交流，从网络信息结构的演进功能上看是网络社会结构的形成。

Web 2.0 时代，我们感受的是人与人之间信息交流时空界限的突破，个人信息传播能量的扩张，个人与群体之间通过网络建立起各式关联，网络社会的属性清晰显现，网络世界与人类社会之间的能量交互变得更为顺畅，更为直接，更为强大。

Web 3.0 时代，我们将要体验的是物质世界与人类社会的全方位信息交互。这个时代我们感受的将是人与物质世界的连接。

这个时代将生成一个物质世界与人类社会全方位连接起来的信息交互网络，我们感受的是由此生成的超大尺度、无限扩张、层级丰富、和谐运行的复杂网络系统，呈现在我们面前的将是现实世界与数字世界聚融的全新文明景观。

互联网平台所承载的信息采集技术、信息导航技术、信息整合技术、信息诠释技术将把每个社会成员与人类的数字世界连接起来，从而推进每一个个体生命的能量与整个人类文明的能量之间的沟通与交互。

尊重每一个生命的价值，关注每一个生命的需求，开掘每一个生命的潜能，成全每一个生命的理想，这些人类出于物种本能的共同渴望，今天正在被互联网技术鼓励着、推进着。

互联网在中国的应用是一个蕴藏着丰富能量和无限可能性的社会运行过程。互联网技术在中国的社会应用与在其他国家的不同之处是，互联网技术在中国的应用



恰恰与中华民族谋求命运复兴的历史进程重叠在一个历史空间之中。因此身在其中的人们，不仅体验着互联网技术应用的奇迹，也能为我们民族的这段非凡的历史进程贡献各自的能量。

（作者为中国人民大学新闻学院教授、博士生导师，新闻与社会发展研究中心研究员，国家互联网信息办公室互联网新闻研究中心特约研究员，首都互联网协会副会长，中国高等教育学会新闻学与传播学专业委员会理事长。历任中国人民大学新闻学院副院长、院长、常务副院长。中华全国新闻工作者协会第七届常务理事。）

前言

从无名媒体到边缘媒体到主流媒体—— 中国网络媒体 20 年发展回顾¹

1994 年 4 月 20 日，是中国互联网发展史上“开天辟地”的大日子——这一天中国全功能接入互联网²。互联网具有的新闻及信息传播的特质，使之成为新兴的“网络媒体”。20 年来，它的地位不断提升，作用、影响不断扩大，它对中国传播格局和媒体市场带来一波又一波的冲击和挑战，至今没有停息。

网络媒体地位的确立与提升

互联网进入中国，人们对它的了解是朦胧的，没有任何人把它视为“媒体”。即使是 1995 年最先上网的一批报刊，如 1 月 12 日国内第一份上网的中文刊物《神州学人》、10 月 20 日国内第一家上网的日报《中国贸易报》等，都称自己是“电子版”、“电子报”。当时充其量认识到原来的纸媒形态借助互联网发生了改变，但尚未把互联网视为独立的新兴媒体。

随着互联网的发展，其自身具有的新闻信息超强的传播力开始显现，于是国内外学界、媒体界开始有人将互联网比作继报纸、杂志、广播、电视之后的第五种大众传媒，随后又将报纸、杂志合为一类，将互联网称为继报刊、广播、电视等传统

¹ 本文原载于《新闻与写作》2014 年第 3 期。

² 互联网，即 Internet，指当今全球最大的计算机信息网络。国内最早译为“国际互联网络”，1997 年 7 月 18 日全国科学技术名词审定委员会确定译为“因特网”，港澳台地区及海外则译为“网际网路”，国内现普遍使用“互联网”。



大众传媒之后的“第四媒体”，这一称谓在 1998 年 5 月联合国新闻委员会召开的年会上正式提出后在国内很快得到广泛使用。

时至 2000 年，“网络媒体”的称谓开始出现，由于它在概念上较之“第四媒体”更为准确，于是得到业界和学界的认可。到 2001 年时已广泛使用，同年 10 月新华网在青岛主办首届全国性研讨会，正式亮出了“中国网络媒体论坛”的名号。

从电子版到第四媒体再到网络媒体，反映了人们从传播角度对互联网的认识不断深化，这一过程在短短五六年的时间内便完成了。

按照美国学者的标准，一种媒体使用的人数达到全国人口的 20% 以上，才能被称为大众传媒，在美国达到 5 千万人使用这一标准的大众传媒，广播用了 38 年，电视用了 13 年，有线电视用了 10 年，而计算机信息网络只用了 5 年。

中国是世界上人口最多的发展中国家，在迈入互联网时代之际，工业化尚未完成，要想使网络媒体成为普及率达到 20% 以上的大众传媒，自然比美国等发达国家和地区来得费时。据中国互联网信息中心（China Internet Network Information Center，CNNIC）第 23 次统计，截至 2008 年 12 月 31 日中国网民规模达到 2.98 亿，普及率达到 22.6%。也就是说，从 1994 年到 2008 年，中国网络媒体成为普及率达到 20% 以上的大众传媒用了 14 年。

中国网络媒体的地位在这一过程中是不断提升的，进入新世纪，党和政府已将其视为中国新闻传媒的重要组成部分。2008 年，网络媒体在汶川大地震、北京奥运会中发挥的巨大而独特的作用，使它真正跻身于主流媒体之列。

截至 2013 年底，中国网民规模达到 6.18 亿，互联网普及率达到 45.8%¹。一方面说明中国互联网市场规模是全球最大的，今后仍有巨大的发展空间；另一方面说明，中国互联网与发达国家和地区相比，仍有明显差距，创新发展仍是第一位的。

网络媒体传播的魅力与威力

中国互联网 20 年的发展，从媒体和传播的角度可以划分为以下四个阶段。

1 中国互联网信息中心（CNNIC）第 33 次《中国互联网发展状况统计报告》（2014 年 1 月）。
http://cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwzxbg/hlwtjbg/201401/t20140116_43820.htm

初始阶段	1994 至 1998 年。
1.0 阶段	1999 年至 2004；以门户网站、新闻网站为代表。
2.0 阶段	2005 年至 2009 年；以博客、播客为代表。
3.0 阶段	2010 年迄今；以微博、微信、移动客户端为代表。

从上述四个阶段看，中国互联网传播格局差不多每 5 年就发生一次重大变化。

互联网 1.0 阶段奠定了网络媒体的地位，互联网 2.0 阶段造就了自媒体的局面，互联网 3.0 阶段开创了社会化媒体和媒体社会化的局面。互联网传播的每一次“升级”，均是在新技术的引领下出现新的应用、新的业态，进而造成整个格局和市场的变化。互联网 3.0 阶段从更大的技术背景看，意味着互联网已全面进入光纤宽带时代、后 PC 时代、移动互联时代、云计算时代和大数据时代。

流动在互联网上的信息具有极大丰富、形态多样、传播快速、无远弗届、互动交流等特点。它囊括了传统大众传媒所有的表现形态和特点，同时具备它们所不具备的形态和特点。互联网将通信与传播集于一身，又将大众传播、组织传播、分众传播、小众传播等各种传播形态集于一身，而且新技术、新应用接力般的出现，为网络媒体不断增添新的传播利器。

网络媒体的传播魅力是由其特性决定的，如多媒体的传播形态是网络媒体的重要特性之一。在窄带拨号上网阶段，主要是文本形式和文件极小的图片传播，或许还感受不到有多少魅力。随着进入宽带网络阶段，以及各类数字摄影、数字音视频技术的发展，网络媒体将用户带入了全新的看图时代和影像时代，各类信息、知识、数据可视化的表现手段越来越丰富，制作越来越精良。又如，互动性是互联网另一重要特性。第一批网站建立之际，如 1995 年“瀛海威时空”开通时，便提供了基于网站的电子论坛（BBS）服务，它立刻成为网民意见表达的活跃园地。论坛不仅成为各网站的“标配”，一些还发展成巨大规模的网络社区，作用影响至今。进入社交媒体阶段后，由于新应用的特点及各类平台间的相互开放，互动性得到空前加强，进一步促进了网民的参与度与活跃度。

网络媒体的传播威力是由其作用决定的。当社会面临重大危机和严峻考验时，如 2003 年“非典”、2008 年汶川大地震来袭，以及各种天灾人祸发生时，网络媒体展现出的广泛而快速的信息通达、动员组织、服务保障、表达关爱、凝聚共识等独特作用，一次次地书写了令人难忘的篇章。又如，在对网络媒体监督作用的研究中，



有国外媒体工作者将其比作“第五权”¹。而在中国的语境下，“网络监督”、“网络反腐”近年来则成为社会政治生活中的主题词。这种监督之所以具有威力，说到底，是以互联网为手段的无处不在、无时不在的公民监督。在网络监督、网络反腐的揭露曝光中，从中央到地方每年都有一批官员落马。2012 年 12 月 6 日上午，《财经》杂志副主编罗昌平连发三条微博向中纪委实名举报国家发改委副主任、国家能源局局长刘铁男学历造假，巨额骗贷，对他人恐吓威胁等问题，中纪委于 2013 年 5 月终于宣布刘铁男涉嫌严重违纪，随后刘被开除党籍、公职并移交司法机关，这一事件成为 2013 年最具代表性的网络反腐案例。

在中国互联网、网络媒体发展的进程中，曾有人将它们与小报小刊并列，称“小报小刊互联网”或“小报小刊网络媒体”，如果今天还有人停留在这种认识上，那不是一叶障目就是别有用心了。

网络媒体带来的冲击与变化

中国新闻事业是中国共产党领导的社会主义事业的一个组成部分。在体制上，报纸、期刊、广播、电视、通讯社等新闻媒体一直处于党和政府的直接领导下，在宣传报道中必然是“多种媒介，一种声音”。互联网的接入和广泛使用，为国内用户提供了一个开放的信息空间和言论空间，出现了前所未有的“一种媒介，多种声音”的状况，形成了两个信息场和两个舆论场的局面。

造成这种局面主要有三大原因：

一是互联网全球传播、即时传播。境外信息传到境内，境内信息传到境外，信息从国内传到国外再传回国内，都不过是一瞬间的事。原先每个人相对封闭的信息获取结构变为了“八面来风”的开放性结构，长久以来“民，可使由之，不可使知之”的状况，被互联网彻底打碎了。

二是自媒体传播。互联网的强劲发展，造就并不断强化了一人一媒体的局面、所有人向所有人传播的局面、人人麦克风的局面和众声喧哗的局面。“家事国事天下事，事事关心”，成为处在社会转型和变革期的中国网民的显著特征。从个人网页到

1 “第五权”是由西班牙记者伊纳希欧·哈莫内（Ignacio Ramonet）所创的词语，并非严谨的学术定义，也没有被广泛使用。其意作为立法、司法、行政三权及传统大众传媒第四权之后的第五种可对社会、政府监督的权力，具体指互联网或网络公民力量。

邮件列表刊物，从博客到微博客，从 APP 客户端到微信公众账号，都可以成为网民利用的便利工具。

三是商业网站占据主体地位。中国目前有 320 万个网站¹，绝大部分是商业性网站。互联网是高度市场化的领域，商业网站没有传统媒体体制机制的束缚，创新思维和赢利运作成为在激烈竞争中生存发展之根本。1998 年随着“门户网站”（Web Portal）概念的提出，一些商业网站迅速整合，形成了最初的三大门户网站：新浪、搜狐、网易。2004 年腾讯携带着庞大的 QQ 用户群成为门户网站的新秀。在网络新闻传播领域，门户网站具有超强的信息采集能力、整合能力和传播能力，每天提供新闻之多、之快，表现形态之丰富，当时便让众多新闻媒体网站感受到巨大压力。今天，不论是在搜索、视频、文学、音乐、游戏、商务、金融、社交等各个领域，都是商业网站占据了最大的市场。

网络媒体 20 年发展给传播格局和传媒市场带来的巨大变化，主要体现在以下两个方面：

一是越来越多的传统媒体的忠实阅听人转向网络这一新媒体。今天，每当人们在论坛上发出一份帖子、在视频网站上传一条视频、在博客、微博、微信上开设一个账号，或世界上又多了一个“手机依赖症患者”，都是在给传统媒体掘墓。网络媒体的发展对传统新闻媒体从业者也产生着深刻影响，不仅促进了他们信息获取方式的改变，促进了他们采访报道方式的改变，促进了他们新闻理念的改变，甚至促进了他们向网络媒体领域的转行。

二是互联网已成长为产业巨人。先从广告营收情况看：1997 年 3 月，IBM 为宣传新机型 AS400 支付了 3000 美元广告费投放在 ChinaByte 网站上，这是中国第一个网络广告。撰写本文时，笔者看到有关 2013 年各类媒体广告规模的一些初步统计数字：报纸广告刊登额下降 8.1%，降幅超过了 2012 年的 7.5%（报道未提具体数额）²，表明报业的衰退在进一步加剧；全国广播电视广告收入预计 1302 亿元，同比增长 2.52%（尚未见广播、电视分开统计的数字）³；而网络广告市场规模达到 1100 亿元，

1 中国互联网信息中心（CNNIC）第 33 次《中国互联网发展状况统计报告》（2014 年 1 月）。http://cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwzbg/hlwtjbg/201401/t20140116_43820.htm

2 中国日报网：《2013 年报纸广告降幅达 8.1% 衰退进一步加剧》。http://www.chinadaily.com.cn/hqgj/jryw/2014-01-29/content_11137891.html

3 中国广告网：《2013 年全国广播电视行业创收 3183 亿元》。<http://www.cnad.com/html/Article/2014/0124/20140124085003235.shtml>



同比增长 46.1%¹。再从互联网公司上市情况看：1999 年，中华网作为第一只中国互联网概念股登陆纳斯达克。2001 年时，有 4 家互联网公司上市，市值为 4.2 亿美元。10 年后的 2011 年，在纽约交易所、纳斯达克、香港和国内证券市场上市的互联网公司一跃为 40 家，总市值达到 1462.6 亿美元²。截至 2013 年三季度末，上市互联网公司增至 60 家，总市值达到 18252 亿元人民币（笔者按本文截稿时汇率换算，约合 2944 亿美元，比 2011 年 40 家的总市值翻了一番），环比增长 16.9%。从全球市值排名来看，我国有 7 家企业进入全球互联网市值排名前三十名³。今天没有任何人可以否定互联网对中国经济发展的贡献。

新闻网站向着更高目标奋进

打一个比方，若在 2014 年 4 月 20 日对中国网络媒体进行一次“检阅”的话，排在第一方阵的肯定是新闻媒体网站。这不仅是由于新闻媒体在 1995 年便开始进军互联网领域，更是由于党和国家赋予新闻网站的地位和职责。

报纸、期刊、广播、电视、通讯社等新闻媒体在互联网领域的发展有其自己的轨迹和特点，大致有以下四个阶段：

（一）1995 至 1999 年，为网络版阶段。网站内容基本来自“母体”，形态尚十分简陋。

（二）2000 至 2002 年，形成规模阶段。在党中央文件《国际互联网新闻宣传事业发展纲要（2000—2002 年）》的部署下，从中央到地方的新闻网站建设进入快车道，形成了以重点新闻网站为龙头的传播矩阵，担负起正确引导舆论、发挥正能量的主力作用。

-
- 1 艾瑞咨询：《2013 年中国网络广告市场规模突破千亿大关》。<http://www.iresearch.com.cn/View/224661.html>
 - 2 新浪网：《过去 10 年互联网上市公司总市值增长近 350 倍》。<http://news.sina.com.cn/m/2011-08-24/093023042495.shtml>
 - 3 中央政府门户网站：《2013 年我国电子商务整体市场规模超过 10 万亿元》。http://www.gov.cn/jrzq/2014-01/11/content_2564458.htm?fin

（三）2003 至 2008 年，继续做大做强阶段。新闻网站在新闻信息内容提供、服务功能完善、基础设施改进、内部资源整合、自身机制调整、经营领域开拓等诸多方面积极进取，使自己的传播力、影响力不断得到增强。

（四）2009 至 2014 年，转企改制及增强国际传播力阶段。从 2009 年起，一批中央及地方重点新闻网站被列为转企改制试点单位，同年出台的《重点新闻网站转企改制试点工作方案》明确了转企改制的线路图和时间表。转企改制要求新闻网站在体制机制、传播手段、服务方式、内容营销、新技术开发等各个方面，都要发挥比以往更多的创新性和主动性，并真正按照市场的规律、按照现代企业的规律、按照资本运作的规律进行操作。具有指标意义的是，2012 年 4 月 27 日，人民网在上海证券交易所挂牌交易，成为第一家上市的国内新闻网站。近年来，传统新闻媒体更加感受到了网络媒体及各类新媒体带来的冲击，因此，在媒介融合的背景下也以更大的力度进军新媒体领域。按照 2009 年 6 月下发的中央文件《2009—2020 年我国重点媒体国际传播力建设总体规划》要求，到 2020 年争取在报刊、通讯社、广播电视和互联网等领域建成若干具有国际影响力的传媒集团，掌握话语权，赢得主动权，形成与我国经济社会发展水平和国际地位相称的媒体国际传播力。

传统新闻媒体的数字战略转型之路是一条探索之路，是一条充满挑战之路。比较一下 2000 年的《纲要》和 2009 年的《规划》，就可以发现《纲要》的实现是为期三年，带有新闻网站建设刻不容缓、大干快上的意味；而《规划》的实现则长达 11 年，说明这一工作的长期性、艰巨性和复杂性。

结语

中国互联网 20 年的发展，有很多重要的事件和时刻值得记录纪念，有很多经验教训值得总结汲取，但更重要的是，从整体上把握它与中国社会的相互关系。“东方风来满眼春”，中国互联网是在改革开放重新扬帆不久后启航出发的，改革开放的进程为中国互联网的发展注入活力和创新力，同时中国互联网以自己的力量不断推动着中国社会的发展、繁荣、进步——这应该是我们看待、评价中国互联网和中国网络媒体作用的基准。



1994 至 2013 年我国网民规模增长关键数据

1994 年底，我国网民为 4000 人。

1996 年底，我国网民达到 10 万人。

1997 年 10 月底，我国网民规模达到 62 万人。

*此系中国互联网信息中心当年首次发布《中国互联网发展状况统计报告》的数据，随后每半年发布一次统计报告。

1998 年 6 月底，我国网民达到百万级，为 117.5 万人。

2000 年 6 月底，我国网民达到千万级，为 1690 万人。

*用户规模由百万级达到千万级，历时不到 2 年。

2005 年 6 月底，我国网民达到亿级，为 10300 万人。

*用户规模由千万级达到亿级，历时 5 年。

2007 年 12 月底，我国网民突破 2 亿，达到 2.1 亿人。

2009 年 6 月底，我国网民突破 3 亿，达到 3.38 亿人。

2010 年 6 月底，我国网民突破 4 亿，达到 4.2 亿人。

2011 年 12 月底，我国网民突破 5 亿，达到 5.13 亿人。

2013 年 12 月底，我国网民突破 6 亿，达到 6.18 亿人。

*从近年数据看，短至一年，长至一年半、两年，我国网民规模便增加近 1 亿人。

本文完成于 2014 年 2 月 6 日

目 录

1994 年	中国进入互联网时代	1
	中国互联网早期应用与构建.....	1
	中国全功能接入互联网.....	2
	中国接入互联网的重大意义.....	3
1995 年	互联网向社会开放接入服务	4
	中国互联网进入开放阶段.....	4
	国内报刊当年实现上网.....	5
	新闻组初显网络信息沟通威力.....	6
1996 年	首个互联网管理法规出台	8
	国内四大网络建成.....	8
	上网电子报刊涌现.....	9
	首个互联网管理法规出台.....	10
1997 年	第四媒体的概念开始出现	12
	新闻媒体网站规模扩大水平提升.....	12
	原生内容网站发挥重大作用.....	15
	电子论坛成为网络互动传播新秀.....	15
	首次全国电子报刊研讨会举行.....	16
	国务院新闻办公室成为网络新闻传播主管部门.....	16
	延伸阅读：“一种媒介，多种声音”与“多种媒介，一种声音” ——互联网挑战内地新闻传媒.....	17



1998 年	门户网站涉足网络新闻传播领域	29
	门户网站涉足网络新闻传播领域.....	29
	商业网站改变新闻传播格局.....	30
	个人主页成为网民个体传播的手段.....	30
	网络文化的独特魅力开始显现.....	31
	国务院新闻办公室再度发文.....	32
	延伸阅读：网络新闻之我见——兼与郭乐天先生商榷.....	32
1999 年	党中央着眼新世纪网络传播布局	36
	党中央对互联网新闻宣传工作高度重视.....	36
	新闻媒体网站开始以“网”相称.....	37
	新闻媒体网站运营更上一层楼.....	38
	新闻网站呼吁建立版权保护规则.....	40
	网络名人开始出现.....	41
	延伸阅读：新闻媒体网站设立电子论坛刍议	42
2000 年	新闻网站矩阵着手打造	55
	党中央布局新闻网站发展.....	55
	新闻网站建设力度加大.....	56
	网络传播研究“热”出现.....	58
	网络传播管理进入新阶段.....	59
	附：网络新闻传播管理的原则、办法和思路	60
	延伸阅读：全球化时代中文网络的价值	62
2001 年	从第四媒体到网络媒体	72
	中国网络媒体发展的国内背景.....	72
	中国网络媒体的地位得到进一步提升.....	74
	中国互联网市场在加入 WTO 后将生变.....	78
	附：中国网络媒体论坛（2001—2014 年）举办情况	80
	延伸阅读：新闻媒体网站的影响力从何而来	81
2002 年	博客为网络传播添利器	85
	新闻网站顺势猛进.....	85
	门户网站实现赢利.....	88

	政府监管与业界自律齐头并进.....	89
	网络传播进入博客阶段.....	90
	延伸阅读：中国博客的自白——《博客——e 时代的盗火者》读后记.....	91
2003 年	网络舆论波涛汹涌	95
	网络传播影响.....	95
	网络媒体建设与网络新闻报道.....	99
	网络媒体与网络传播管理.....	103
	延伸阅读：“非典”（SARS）危机中的中国互联网	104
	延伸阅读：中国互联网上的民意表达	115
2004 年	网络传播研究渐入佳境	124
	互联网传播.....	124
	新闻网站建设.....	128
	互联网管理.....	132
	互联网传播研究.....	133
	附：“中国新媒体传播学年会”举办情况	138
	延伸阅读：告别中国黑客的激情年代——写在“中国红客联盟”解散之际.....	139
2005 年	网络传播全面进入 Web 2.0 阶段	154
	互联网传播全面进入 Web 2.0 时代	154
	网络媒体建设、发展与管理.....	156
	延伸阅读：中国互联网 Web 2.0 阶段的传播与管理	162
2006 年	大兴文明办网、文明上网之风	172
	传播环境——大兴文明办网、文明上网之风.....	172
	传播主力——新闻网站加快建设，门户网站能量扩展.....	173
	传播态势——Web 2.0 形态各展异彩，影响与日俱增.....	176
	传播管理——政府、网站、网民之间的关系将随着互联网发展而调适.....	178
	附：中国新闻奖网络新闻奖获奖情况（2006—2014 年）	180
	延伸阅读：中国新闻奖增设网络新闻奖答问	
	——闵大洪接受《网络传播》编辑孙光海采访录.....	182
	附：十六届中国新闻奖网络新闻奖项获奖作品名录	185



2007 年	网络文化建设高潮兴起	187
	网络文化建设兴起之年	187
	舆论导向显示力量之年	188
	新闻网站蓄势待发之年	189
	奥运报道布局筹备之年	190
	Web 2.0 应用全面开花之年	191
	网民参与空前活跃之年	193
	网络管理加大力度之年	194
	国际双边、多边对话平台创建之年	195
	附：中国与他国建立的互联网双边、多边对话平台（2007—2014 年）	197
	延伸阅读：方兴未艾的多媒体数字报	198
2008 年	网络媒体跻身主流媒体	203
	中国网络媒体成为主流媒体	203
	网络媒体成为党和政府与民众沟通的重要平台	204
	网络媒体在重大事件中发挥出的能量巨大	205
	伴随网络传播的发展公民媒体的力量逐渐壮大	206
	网络视频的发展与管理成为业界的热点焦点	207
	建设文明、诚信的互联网依旧是业界的当务之急	208
	人肉搜索引起社会广泛的关注和争议	209
	下一代互联网、无线城市、3G 等项建设顺利推进	210
	延伸阅读：对中国网络民族主义的观察、分析——以中日、中韩关系为对象	212
2009 年	微博客再为网络传播添利器	223
	最重大的网络报道	223
	最受关注的网络事件	225
	最受重视的网络呈现	226
	最具效用的网络平台	227
	最坚决的网络行动	228
	最离谱的网络传播	229
	最热门的网络应用	230
	最激烈的网络冲突	231

延伸阅读：微博客的媒体特质与传播能量	232
2010 年 中国互联网方针新表述	236
确定方针把握方向	236
三网融合终于起步	237
法规出台专项整治	238
宣传报道生动深入	239
微博兴起作用抢眼	240
新闻网站转企改制	241
赴美 IPO 再掀高潮	242
网上舆论此起彼伏	243
对话对抗各有呈现	244
江湖恶习充分暴露	246
延伸阅读：中国网络电视台开播观察	247
2011 年 网络传播复杂生态环境形成	253
网络传播生态复杂	253
虚拟社会加强管理	254
微博应用持续火爆	255
2011 年业界大事	257
延伸阅读：“中国网事”与新华社战略转型	262
2012 年 网络反腐势头高涨	271
坚持发展毫不动摇	271
基本立场明确表达	272
网络舆情空前复杂	272
加强治理多管齐下	273
社交媒体影响再增	275
移动应用方兴未艾	276
新闻媒体双向动作	276
网络报道规模可观	277
网络传播百态呈现	278
延伸阅读：王立军事件展现的网络政治传播	282



2013 年 让网络空间清朗起来	285
中央把握全局 三位一体推进	285
整治网络谣言 再次亮剑行动	287
新兴媒体势强 传统媒体转型	288
重大事件传播 网络风头依旧	289
业界竞争激烈 市场变换多端	292
网络安全重要 亟须建立规则	293
延伸阅读：无国界互联网与威权互联网	295
延伸阅读：互联网传播研究在中国社会科学院新闻与传播研究所的开展	298
2014 年 中国网络媒体与网络传播	307
网络管理新架构	307
媒体融合新方向	309
国际发声新规则	310
网络传播新常态	312
跋 一起走过，共同见证	318
互联网实验室文库 打造 21 世纪的走向未来丛书	321

1994 年

中国进入互联网时代

1994 年 4 月 20 日，是中国互联网发展史上“开天辟地”的大日子——这一天中国全功能接入互联网（Internet）¹，成为国际互联网大家庭中的第 77 个成员。

中国互联网早期应用与构建

中国全功能接入互联网前对其最早的应用，可以上溯到 1986 年第一封电子邮件的发出。

在一段时间内，通常认为我国第一封电子邮件是北京计算机应用技术研究所研究员钱天白先生于 1987 年 9 月 14 日发出的，内容为：“Across the Great Wall we can reach every corner in the world（越过长城，走向世界）”。由此，一些媒体还将钱先生冠以“中国互联网之父”的称号。

2006 年起，有关中国第一封电子邮件是何人何时发出的引起业界的争议和关注²，经中国互联网信息中心（CNNIC）多方调研，2009 年通过修改《中国互联网发展大事记》的方式最终形成了以下结论：

-
- 1 对“Internet”一词，我以往的文章中曾先后使用过不同中译，现国内通常使用“互联网”，故本文集各篇年终专稿及延伸阅读文章均统一使用“互联网”，有时仍使用“国际互联网”，是为了与“中国互联网”对应。
- 2 我于 2006 年所写的一篇文章《中国接入互联网史实的回顾与考证》对此事有详细报道。随后，李南君、维纳·措恩合写了《中国接入互联网的早期工作回顾》一文。11 月 22 日，人民网传媒频道、新华网传媒频道、科技中国网站以及方兴东观察（其个人博客）刊出以上两篇文章。



1986 年 8 月 25 日，瑞士日内瓦时间 4 点 11 分 24 秒（北京时间 11 点 11 分 24 秒），中国科学院高能物理研究所的吴为民在北京 710 所的一台 IBM-PC 机上，通过卫星连接，远程登录到日内瓦 CERN 一台机器 VXC RNA 王淑琴的账户上，向位于日内瓦的 Steinberger 发出了一封电子邮件。1987 年 9 月，在德国卡尔斯鲁厄大学（Karlsruhe University）维纳·措恩（Werner Zorn）教授带领的科研小组的帮助下，王运丰教授和李澄炯博士等在北京计算机应用技术研究所（ICA）建成一个电子邮件节点，并于 9 月 20 日向德国成功发出了一封电子邮件，邮件内容为“Across the Great Wall we can reach every corner in the world（越过长城，走向世界）”。

随后，中国的计算机网络首先在科研、教育领域发展起来。当时最有代表性的是中国科学院高能物理所网络（Institute of High Energy Physics, IHEP）和北京“中关村地区教育与科研实施示范网络”（The National Computing and Networking Facility of China, NCFC）。IHEP 于 1988 年初步建成，是国内最早建立的高性能计算机网络，当年便实现了与欧洲核子研究中心的计算机网络的连接，并随后于 1991 年 3 月实现了与美国斯坦福大学直线加速实验室（SLAC）计算机网络的连接，1993 年 3 月又实现了美国能源科学网（Esnet）的连接。NCFC 于 1990 年 4 月由国家科委正式立项，利用世界银行的贷款及国内配套资金在北京中关村地区开始建立国内规模最大的计算机网络。它包括一个主干网和中国科学院、北京大学、清华大学 3 个院校网，总投资 7000 万元人民币，1993 年 12 月骨干网开通。

在中国迈向接入国际互联网的进程中，还有以下具有决定性意义的一步：1990 年 11 月 28 日，在王运丰教授和维纳·措恩教授的努力下，中国的顶级域名.CN 完成注册，从此在国际互联网上中国有了自己的身份标识。由于当时中国尚未实现与国际互联网的全功能连接，中国.CN 顶级域名服务器暂时设在德国卡尔斯鲁厄大学。

在中国接入国际互联网的整个过程中，胡启恒、王运丰、钱华林、钱天白等专家和一批科技工作者发挥了重要作用。

中国全功能接入互联网

1994 年 4 月 20 日，NCFC 通过美国 Sprint 公司的 64K 专线，实现了与国际互联网的全功能连接。至 1994 年底，NCFC 共连接中科院中关村地区 30 个研究所和北大、清华两校的各类工作站及大中型计算机 500 台，PC 机及终端 2000 台。网上每天国际传输数据量达 300 兆字节，相当于 1.5 亿汉字。

1994 年的中国互联网出现了一系列的新变化，如 5 月 15 日，中国科学院高能物理研究所设立了国内第一个 Web 服务器，推出中国第一套网页，内容除介绍中国高科技发展外，还有一个栏目叫“Tour in China”，开始提供包括新闻、经济、文化、商贸等图文并茂的信息。再如 5 月 21 日，在钱天白教授和德国卡尔斯鲁厄大学的协助下，中国科学院计算机网络信息中心完成了中国国家顶级域名（CN）服务器的设置，改变了中国的 CN 顶级域名服务器一直放在国外的历史。又如 5 月，国家智能计算机研究开发中心开通曙光 BBS 站，这是中国大陆第一个基于互联网的 BBS 站。

年内，中国互联网的基础建设开始进入快车道。最重要的一项是“三金工程”（即金桥、金关、金卡工程）建设开始启动。6 月 8 日，国务院办公厅向各部委、各省市发出《国务院办公厅关于“三金工程”有关问题的通知（国办发明电<1994>18 号）》。

中国接入互联网的重大意义

20 世纪 80 年代，在中国刚刚迈出改革开放步伐之际，著名未来学家阿尔温·托夫勒（Alvin Toffler）于 1980 年出版了《第三次浪潮》（中文版由三联书店 1984 年 12 月出版）。他在书中预言，社会的形态由于信息技术的发展将发生巨变。当时在美国以国防部主导的“阿帕网”（ARPAnet）经科研、教育网的发展阶段已开始转为全民共享的互联网。90 年代初，美国更是一马当先制定了“信息高速公路”战略。此时几乎所有的国家都意识到在信息领域落后，就意味着在所有领域落后，意味着综合国力的下降，意味着丧失竞争力，从而在未来处于被动局面。

中国是一个尚未完成工业化的农业大国，面对汹涌而至的信息化浪潮，只有抓住时机迎头赶上。接入互联网，无疑是当代中国重要的决策之一，也是中国未来发展的关键一步，而这一步是与加快改革开放步伐同步的。也就是说，改革开放为中国互联网的发展提供了必不可少的社会与市场环境，而中国互联网又不断地推动社会的发展进步，自身也将迅速成长为一个巨大的产业，在推进国家信息化的进程中扮演最重要的角色。由于接入互联网，中国才更紧密地与全世界联系在一起，网络传播的力量对中国社会各个领域都将产生重大而长远的影响，使亿万中国人的生产、工作、学习、生活、交往、娱乐的方式发生深刻的变化。今后的事实将证明，中国的崛起没有互联网是不可想象的。

1995 年

互联网向社会开放接入服务

中国接入互联网后的 1994 年 4 月至 1995 年 4 月，是非开放性的学术网络阶段，主要用于科研、教育领域。1995 年 5 月，邮电部宣布向社会开放接入服务，从此进入完全开放的市场化阶段。这成为 1995 年中国互联网最重要的变化，从此，上网、用网成为机构、个人的新时尚。

中国互联网进入开放阶段

1995 年 1 月，邮电部电信总局分别在北京、上海开通了两个互联网国际出口，通过电话网、DDN 专线以及 X.25 网等方式开始向社会提供接入服务。

邮电部在 5 月 17 日（国际电信日）向社会宣布开放互联网接入服务，并于 5 月 16 日至 21 日在北京举行“中国公用数据通信演示周”活动，以“ChinaNet 接入 Internet 的最佳选择，提供所有 Internet 服务”为口号，向全社会介绍和推广互联网接入使用，中国广泛使用互联网的大幕由此拉开。10 月，邮电部开始大规模建设连接全国 31 个省、区、市的互联网骨干网 ChinaNet，截至 1995 年底，邮电部互联网用户数目近 4000 个。

与此同时，最早的一批民营互联网接入服务提供商（Internet Service Provider，ISP）和互联网内容服务提供商（Internet Content Provider，ICP）开始出现，如和讯、世纪互联、中网、瀛海威等。瀛海威公司不仅提供接入服务，而且于 9 月开通“瀛海威时空”，提供 BBS、聊天室、电子报纸等多项服务。瀛海威公司在北京白颐路口竖起的巨大的广告牌“中国人离信息高速公路还有多远——向北一千五百米”，成为

呼唤百姓上网最具号召力的标志。

对个人用户来说，通过电话线上网是最常使用的方法，只要拥有一台配有调制解调器（Modem，中国内陆网友根据 Modem 的谐音亲昵地称之为“猫”，传输速率由开始的 11.4Kbps，渐次提升到 28.8Kbps、33.6Kbps，港台地区称为数据机）计算机及相应的通信软件，便可以通过拨号的方式接入网络。

国内报刊当年实现上网

1995 年 1 月 12 日，国内第一份上网的中文刊物《神州学人》电子版正式发刊，成为中国第一份中文电子杂志。该刊于 1987 年 5 月创刊，初期为双月刊，1993 年 1 月改为月刊。上网后的电子版英文名为“*China Scholars Abroad*”（缩写 CHISA），每周五由中国教育和科研计算机网（CERNET）¹送入互联网发布。创办人员后来回忆说：“CHISA 最初只是简单的文本格式，制作成磁盘，送清华大学网络中心发布上网。原国家教委外事司有了联网电脑以后，就把磁盘送到他们那里，然后以 FTP 方式上传清华。几个月后，编辑部有了拨号上网手段，就可以直接上传到清华的服务器了。记得当时用于上网的调制解调器（Modem）的传输速率只有 19.2Kbps。经过半年多的正常运行，CHISA 已经在国外拥有了一大批忠实的读者，截至 1995 年 7 月底第 28 期出版，直接订户已由初期的 100 多猛增到 3000 多位，不定期浏览者累计达 4 万人次。”²

《神州学人》电子版在发刊词中写道：“在祖国和海外留学人员之间搭起一座电子桥，沟通信息，为留学人员服务。这是本刊电子版的唯一宗旨。”该刊是文摘性的新闻周刊，从国内几十种报纸杂志中摘取每周最重要的信息，在编排上设有“一周要闻”、“经济快讯”、“科教动态”、“家乡新貌”和“谈天说地”等十余个栏目，每期两万多字。这份电子周报带给身在异国他乡的海外华人特别的欣喜，尤其是极大地满足了留学生们及时了解祖国情况的渴望。11 月，CHISA 被美国国家图书馆电脑网络中心（Online Computer Library Center, OCLC）正式编目，成为被此类大型图书馆编目的第一个中国大陆的新闻媒体电子版，也成为雅虎（YAHOO）等大型索引

1 1994 年 8 月，由国家计委投资，国家教委主持的中国教育和科研计算机网（CERNET）正式立项，至 1995 年底建成了 64Kbps DDN 专线的主干网，连接了分布在 8 个城市的 10 个主干网节点，接入 108 所高校。

2 蒙梓：《我和 CHISA》，《神州学人》2004 年第 12 期。



擎重点介绍的中文网站。

1995 年 4 月，中国新闻社在香港开设 www.chinanews.com 网站。

1995 年 10 月 20 日，《中国贸易报·电子报》在人民大会堂举行了开播演示。这是国内第一家正式在互联网上发行的电子日报。该报总编辑孙维佳指出，这一步骤是旨在创立一种全新的新闻媒介形式，打破纸介质报纸在出版发行中所受到的时间（时效）和空间（地域）的限制，为广大读者提供更简明、更迅捷的服务。《中国贸易报·电子版》每天上网的文字量为 1.5 万字（中文 1 万字，英文 5000 字）。它的起点较高，一开播就通过三大渠道向国内外传播：互联网、中央电视台图文电视和全国电子信箱信息服务系统（Chinamail）。它的问世引起了国内外新闻界同行的广泛关注，各种媒体纷纷报道，英国路透社立即前来洽谈，成为该报电子信息的订户。

《中国日报》（*China Daily*）是国内最具代表性的英文日报，在利用新技术手段上往往具有领风气之先的便利，如该报是国内首家采用计算机编辑、激光照排的报纸。因此，当中国进入互联网时代后，《中国日报》于 1994 年 5 月已通过远程拨号专线推出了电子版。1995 年 12 月，中国日报网站建立，主要内容包括新闻、信息、服务三部分。新闻部分包括英文新闻、中文国际新闻、新闻图片和新闻漫画；信息部分主要是为来华投资经商的外国人提供的英文经济信息；服务性的内容主要涉及城市生活、翻译点津等。

到 1995 年底，国内尝试上网的新闻媒体仅有几家。处在起步阶段的中国电子报刊由于技术及其他因素的限制，水平很低，然而即便如此，它们仍然在中国新闻媒介演进史上具有特殊的意义。电子报刊的出现标志着中国报刊业告别纸介质出版发行的传统方式，一举进入网络传播新时代，同时表明中国新闻媒体努力扭转在互联网全球传播领域中无声无息的局面。

新闻组初显网络信息沟通威力

互联网一诞生，就因传统媒体不具备的特性而引人瞩目，互动性便是互联网的最重要特性之一。Usenet News（译为“网络新闻组”，或简称“新闻组”）就是其中一种应用。从实际作用看，它是一个实现了众人参与、互动交流的“专题讨论组”。1995 年初，清华大学学生朱令（女）突然身患重病，腹痛脱发，关节肌肉酸痛，后来又出现心慌、憋气、视物模糊旋转、中枢性呼吸障碍的症状。经过专家的会诊，

也没有查明病因。一筹莫展之际，朱令的朋友在北京大学通过 **Usenet News** 向国际医疗界发出信息求救。出乎意料的是，仅 3 个小时后就开始收到反馈，最后收到世界各地 3000 多封回件，其中大部分判断朱令为重金属铊中毒所致，有的还提供了治疗方案，开出了药方。医院立即按照这一诊断对朱令进行治疗，使其病情得到控制脱离了生命危险。这一事件成为公众认识互联网作用的一个生动事例，但当时国内缺乏中文 **Usenet News**，故使用者的范围和影响比较有限。

1996 年

首个互联网管理法规出台

纵观 1996 年中国互联网的特点，仍以物理架构的建设为主。随着网络在全社会开放使用，首个互联网管理法规出台，成为当年最重要的事件。

国内四大网络建成

1996 年 1 月，中国公用计算机互联网（ChinaNet）全国骨干网建成并正式开通；9 月，中国金桥信息网（ChinaGBN）联入美国的 256K 专线正式开通；11 月，中国教育和科研计算机网（CERNET）开通 2M 国际信道，再加上中国科技网（CSTNET，以 NCFC 为核心，1996 年 5 月 31 日正式定名），国内四大骨干网均与国际互联网相连，其中 ChinaNet 和 ChinaGBN 获准进行商业运营；12 月，中国公众多媒体通信网（169 网）开始全面启动，广东视聆通、四川天府热线、上海热线作为首批站点正式开通。一批年轻人投身互联网创业，如 1996 年 6 月，新浪网的前身四通利方网站开通。8 月，张朝阳融资 18.5 万美元，创办搜狐公司的前身爱特信信息技术有限公司。与此同时，全国各地的 ISP 如雨后春笋般出现，为用户接入提供服务。由于统计方面的原因，中国网络用户的统计数据出入较大。如，到 1996 年底用户数目有两种不同说法，一种是 10 万，一种是 20~30 万。

1997 年 1 月 23 日《人民日报·海外版》记者报道，从电子工业部采访到的数字，到 1996 年底“我国已有 10 万户互联网用户”¹，接入网络的计算机达 5 万多台²。基

1 严冰，《人民日报·海外版》，1997 年 1 月 23 日，第 1 版，《中国信息工程增强产业发展后劲》。

2 臧运平、栾淑莉、王家胜、盖明媚：《我国 Internet 的发展历程及其特征》，载于 C114 中国通信网。
<http://market.c114.net/187/a168418.html>

于互联网的一些新鲜事物也随之出现，如 11 月 15 日，实华开公司在北京首都体育馆旁边开设的实华开网络咖啡屋是中国大陆第一家网咖，即以后广泛出现的“网吧”。

上网电子报刊涌现

处在初始阶段的中国互联网，网速缓慢，费用昂贵，应用简陋，但仍有不少新闻媒体闻风而动，抢占先机上网（当时称电子版），为改变互联网上中文信息匮乏的状况进行了可贵的探索和努力。

1996 年 1 月 2 日，广州日报电子版通过新加坡报业控股的服务主站“亚洲一号站”正式进入互联网络。电子版上网的第一天，编辑部就收到来自世界各地的大量中英文电子邮件，对能在网上及时看到中国《广州日报》表示兴奋和激动。为了扩大其世界影响，电子版陆续增加了英文的信息比重和栏目。同日，中国证券报电子版也正式面世，它不仅以计算机联网方式迅速传递信息，而且专门开设了一个《公众论坛》栏目，使读者可以随时将自己的信息以最快捷的方式反馈到编辑部。《中国证券报》的重要内容还通过无线寻呼台进行播报，用户使用 BP 机即可收看到每天的主要新闻。

1 月 13 日，《人民日报》对外宣称，其综合数据库国际平台经过 3 个多月的调试已正常运转，可将当天《人民日报》、《人民日报·海外版》、《市场报》的全文内容约 20 万字和部分图片送入互联网络。到 1996 年底，在互联网上发行电子版的报纸有：《中国贸易报》、《人民日报》、《人民日报·海外版》、《市场报》、《讽刺与幽默》（画刊）、《经济日报》、《金融时报》、《中国经营报》、《中国消费者报》、《中国质量报》、《国际商报》、《农民日报》、《解放日报》、《新民晚报》、《南方日报》、《广州日报》、《南海日报》、《粤港信息日报》、《珠海特区报》、《深圳商报》、《北京日报》、《北京青年报》、《星火火炬报》；英文报纸有 *China Daily*、*Shanghai Star*；计算机类报纸有《国际电子报》、《计算机世界报》、《中国计算机报》、《中国电脑教育报》、《产业信息报》等，总计 30 余种。

1996 年杂志上网亦呈现热烈场面。3 月 14 日，《中国集邮》（月刊）电子版进入互联网络。该刊是中华集邮联合会会刊，已有 15 年历史，发行到世界 60 多个国家和地区。电子版充分利用其中英文双语出版的特点及互联网络用户遍布全球的传播优势，使海内外广大读者能及时阅读到图文并茂的有关中国邮票的专题介绍、集邮



研究、新邮预告、邮品交换信息等丰富内容。1996 年发行电子版的文化娱乐类杂志还有《大众摄影》、《旅游》等；信息类杂志有《经济与信息》、《中国科技信息》、《桌上时代》等；经济类杂志有《战略与管理》、《证券市场》、《经济导报》等；综合时政类杂志有《中国青年》、《华声月报》、《北京周报》、《今日上海》等，总计近 20 家。

印刷报刊以电子版的形式进入互联网通常需要 ISP 提供技术支持。北京易迈电子邮件有限责任公司是国家金桥工程中电子邮件项目的主要建设者和运营者，1996 年 1 月 20 日，由该公司和首都新闻出版界联手成立了中国电子报刊联机服务中心，全面提供电子报刊的上网技术服务。实际上，1996 年内不断涌现的 ISP 都开发了这一服务，在它们的网页上均设有名为“国内报刊”、“新闻媒介”等栏目，用户通过搜寻功能，可以很容易地找到并进入想浏览的报刊。也就是说，用户不必记住网上数十种报刊的网址，而只要进入这些 ISP 的节点即可。

1996 年中国上网报刊仍处在探索阶段。受资金、技术、人员等各方面因素的制约，一是制作水平不高；二是上网信息少而慢，有的甚至长期不更新信息，而多数尚未上网的报刊要么对上网一无所知，要么对上网持观望态度。

首个互联网管理法规出台

1995 年 12 月 31 日，新华社播发了《中共中央办公厅、国务院办公厅加强电脑资讯网络国际联网管理的通知》。通知指出，用好国际联网，对扩大国际资讯交流，推动经济建设和科技发展，具有重要意义。但由于管理措施薄弱，网络输入资讯混乱，一些淫秽色情等有害信息传入国内，造成危害，因此，必须采取有效措施及时加以解决。1996 年 2 月 1 日，国务院以第 195 号令的形式发布了《中华人民共和国计算机信息网络国际联网管理暂行规定》（1997 年 5 月 30 日，国务院对此规定进行了若干修改后重新发布），17 个条文对国际联网首次进行了明确规定，如：计算机信息网络直接进行国际联网（含台湾、香港、澳门地区），必须使用邮电部国家公用电信网提供的国际出入口信道，任何单位和个人不得自行建立或者使用其他信道进行国际联网。又如，从事国际联网业务的任何单位和个人，应当遵守国家有关法律、行政法规，严格执行安全保密制度，不得利用国际联网从事危害国家安全、泄露国家秘密等违法犯罪活动，不得制作、查阅、复制和传播妨碍社会治安的信息和淫秽色情等信息，违反有关规定的，将受到警告、通报批评、责令停止联网的处分。

1996 年 首个互联网管理法规出台

这一规定的出台，说明中共中央和中国政府对互联网管理从一开始就高度关注，力求发展与管理相辅相成。通过制定法规来规范互联网传播秩序，将成为中国互联网管理的重要一环。

1997 年

第四媒体的概念开始出现

1997 年 11 月，中国互联网络信息中心（CNNIC）首次发布《中国 Internet 发展状况统计报告》。调查结果显示，中国大陆上网计算机总数为 29.9 万台，其中直接上网计算机 4.9 万台，拨号上网计算机 25 万台；国际出入口线路共 22 条，带宽总容量为 26.64Mbps；万维网（WWW）站点数约为 1500 个；CN 下注册的域名 4066 个；上网用户数为 62 万。随着互联网的发展，国内外学界和业界将其视为继报刊、广播、电视之后新兴的大众传媒，第四媒体¹概念的出现，标志着人们已将互联网视为独立的媒体形态。

新闻媒体网站规模扩大水平提升

伴随中国互联网的发展及自身实力的增加，新闻媒体网站 1997 年的状况与 1995 年、1996 年的萌芽状态相比，呈现出媒体上网数量增加，网站建设水平提高的可喜

1 1997 年，国内外学界和业界已开始将互联网比作“第五媒体”（即报纸、杂志、广播、电视之后的新兴媒体），但很快约定俗成成为“第四媒体”（the fourth medium，即报刊、广播、电视之后新兴的媒体）。1997 年 10 月 18 日，《人民日报》第五版上一篇文章的标题就使用了《瞩目的“第四媒体”》。1998 年 5 月，联合国新闻委员会举行年会，正式确认并使用“第四媒体”的概念。联合国秘书长安南在会议上指出：“互联网已成为继报刊、广播、电视之后的第四媒体；在加强传统的文字和声像传播手段的同时，应利用最先进的第四媒体——互联网，以加强新闻传播工作。”1999 年 4 月，第二届亚太地区报刊与科技和社会发展研讨会在北京举行，全国人大副委员长、中国科协主席周光召在开幕词中引用了安南上述话语，经媒体报道，“第四媒体”的概念在国内得到广泛地使用。

变化。据中国互联网络信息中心统计,在CN下注册的域名总计有4066个,报刊注册的域名数已达95个。到1997年底,中国大陆有获准正式公开出版的报纸2149种,杂志7918种,二者合计在万种以上,上网报刊大致为报刊总数的百分之一,比1995年底仅6、7家的状况增长了近10倍。此外,一些广播电台、电视台也开始走上互联网,中国国家通讯社新华社也建立起了颇具规模的网站。

中共中央机关报《人民日报》于1997年1月1日正式推出网络版。内容包括所出版的系列报刊,包括:人民日报·海外版、华东版、市场报、讽刺与幽默、环球时报、新闻战线、中国质量万里行、大地、时代潮以及证券时报等。网络版在短短十个月内就改版四次,力求在形式上方便读者、吸引读者。为便于用户获取信息,网络版自开通以来,先后推出了20多个专辑和资料库,其中深受好评的有可供全文检索的《邓小平文选》以及“香港回归”、中共“十五大”、“历次党代会”、“中美关系大事记”等重大新闻专辑和背景资料库。网络版还可以通过“全文检索”功能,查阅自1995年以来人民日报上发表的任何一篇文章。由于其信息量大、权威性高、调阅速度较快,访问人数迅速上升。到1997年11月底,网络版访问人次超过4000万次,每天平均访问人次达到40万左右。由于其影响力的不断扩大,国内外广告客户开始登门,网络版1997年广告收入突破30万元。人民日报网络版是编委会下属的局级部门,编制设定为40人,这在国内上网报刊社中也是绝无仅有的。

新华社经过努力建设,于1997年11月7日建社66周年之际正式开通自己的网站。通讯社具有信息总汇的特点,新华社网站利用自身的优势开始向用户提供及时丰富的新闻信息。此外,新华社为了能够快捷地为国内用户服务,大力投入建设国中网(CWW),这是新华社香港分社控股的中国国际网络传讯公司(CIC)投资建设的商业信息网络。其特点是国中网拥有自己的高速通信干线和分布在国内主要城市的节点服务器,并且传送的都是新华社信息中心和CIC提供的信息,用户只要通过当地的电话线就可以直接联入国中网的最近节点,从而快捷地获取所需要的信息。

《华声报》创刊于1982年1月2日,德高望重的廖承志亲自题写报名。1994年底,该报停刊后,1995年4月,《华声月报》创刊。当互联网风行全球之际,社领导敏锐地发觉,这是各国新闻界未来竞争的一个新领域,为了不落他人之后,必须尽快在互联网上占有一席之地。于是《华声月报》从1995年便开始尝试将“印刷文本”转换为“比特文本”,但当时限于国内互联网络技术的水平和自身对网络出版特点的了解,最初一年多只是把印刷版上的重点文章放在香港和国内的一些站点上,供用户调阅。在运行过程中,他们很快感到仅仅这样做,很难在因特网上形成较大的新闻传播影响力。因为若没有自己独立的网站,便无法使网络用户与本刊建立起稳固



的联系；若网络版仅是印刷版的“翻版”，则不论在信息内容上，还是更新时效上，都无法吸引更多的用户成为固定的或经常的访问者。《华声月报》社经过一番努力，终于在 1997 年 4 月申请了自己的独立域名，随即完全凭借自己的力量制作了五个专栏共 10 多万字的网络版，正式定名为华声报电子版，于 5 月 25 日亮相互联网，刊头重新使用了廖承志题写的报名。该新闻网站不断打破原印刷月刊在信息服务上受到的种种制约，不仅做到每天有新闻上网，而且从 7 月底开始向全球用户提供免费电子邮件传送新闻服务。不论用户身在何地，只要用电子邮件发去要求订阅的信息，华声报电子版就会将“本周新闻”、“全球华人”、“华声视角”这三个新闻专栏的内容用纯文本文件的格式发送到用户的电子信箱中。这是国内首家以电邮方式正规地向用户免费提供新闻服务的新闻网站。

中国的广播电视媒体从 1996 年起对互联网的传播作用开始有所认识，并尝试上网，但在两年的发展中，由于受各种因素制约，在发展势头、制作水平和影响力上不及报刊社。广电系统的中央三台中，中央电视台起步最早，1996 年底就开始进行尝试，并在 1997 年加大投入力度，一些著名栏目，如《东方之子》、《实话实说》、《315 特别节目》等，也与国内的网络公司合作推上了互联网。中国国际广播电台也在 1997 年内设立网址，但网站处于简陋的状态，仅有几个自我介绍性的固定内容栏目。在对互联网的认识方面，倒是一些地方广播电视台十分敏感，决心较大，行动亦十分积极。1996 年 12 月，广东人民广播电台建立网站，这是国内第一个上网的广播电台。随后，广东省广播电视厅筹划建立了“岭南视听”信息网。上海的广播电视机构也开始在“上海之窗”网站中建立自己的网站。1997 年广播电视媒体网站发展的一个重要标志是，由开始时与网络服务公司合办（其网页挂在网络公司的主页上）发展成为有自己独立域名的网站，显示出日益成熟的发展势头，如中央电视台在 1997 年注册了顶级域名：www.cctv.com。

国务院新闻办公室所建立的外宣网站中国网于 1997 年 1 月 1 日开通，成为中国对外网络新闻报道的一个重要平台。

从 1997 年国内新闻媒体的上网情况来看，尚存在以下问题：① 上网媒体集中在以北京、上海、广东为中心的经济、文化、信息发达地区；② 少数媒体网站在提供信息服务、网页制作水平等方面有了长足进步，但为数不少的网站由于各种因素却没有大发展，始终处于勉强维持的境地，访问人次很低，影响力很小；③ 网站建立、维护所需要的资金、技术、人才，依旧是困扰新闻媒体的首要问题；④ 传统媒体与互联网的结合是一个全新的课题，一切尽在摸索中，各方面的不足与问题处处显露。尽管当时互联网在国内的发展十分迅速，但毕竟带宽不够、通信资费高，故

障也时有发生。如 1997 年 9 月 18 日中共十五大闭幕当天，华声报电子版通信线路出现故障，传输中断达 20 个小时之久，致使当日要闻不能及时上网发布。这反映了在中国互联网发展的初始阶段，网络媒体自身形态简陋、技术支持不力的现实。

原生内容网站发挥重大作用

1995 年秋，由人民日报社和默多克新闻集团联合创办的“笔电新人信息技术有限公司”成立后，选择的项目便是向互联网进军。经过一番努力，1997 年 1 月 15 日，ChinaByte 网站正式开通。投资双方经协商后决定，ChinaByte 以做中文 IT 信息内容为主，宗旨为“在中国，用中文，为中国人”。1997 年 3 月，IBM、Intel 开始在 ChinaByte 上发布网上广告。IBM 为 AS400 的宣传付了 3000 美元，这是中国第一个网络广告，成为中国互联网广告史的开端。ChinaByte 是中国信息化建设积极的推动者和网上 IT 新闻最早的探索者，也是中文互联网最资深的品牌之一，其原创、全面、快速的 IT 报道和评论赢得了业界广泛的赞誉与信赖，同时为中国互联网界培养了第一批专业的编辑队伍。

电子论坛成为网络互动传播新秀

1995 年“瀛海威时空”开通时，便开始提供基于网站的电子论坛（BBS）服务。经过两年的发展，论坛已成为网站必不可少的组成部分，成为网民踊跃参与言说表达的一方自由天地，其影响日益增大。1997 年 9 月中旬，世界杯足球赛亚洲区预选赛开始后，国人的注意力再次集中到中国足球队能否冲出亚洲，不少网站为此专门开辟了供网友论球侃球的论坛。10 月 31 日，中国足球队在大连金州赛场败于卡塔尔队，一时间各论坛顿时“泣无声”。然而两天后，一位署名“老榕”的网友（实名王峻涛）的一则《10.31 大连金州没有眼泪》的帖子出现在论坛中，这篇催人泪下的文字在网民中立刻引起轰动，仅四通利方论坛“体育沙龙”在 48 小时内，就被点阅了 2 万多次，而且不断被网民转贴和传送，几乎传遍了所有的中文网站。不少人还将其传送到报纸编辑的电子邮箱中，要求报纸全文刊出。这一事件表明，电子论坛已经在中国成为具有影响力的互联网应用，成为网民进行信息传播、观点表达的一个多元化的平台。



首次全国电子报刊研讨会举行

中国网络媒体在一步步前进的过程中，经营者不断对网络媒体的特性及经营理念 and 策略进行深入思考。如报刊电子版的母体是印刷版，那么电子版在制作时是否仅是印刷版的翻版；印刷版市场定位明确，电子版的市场定位在哪里。不少报刊社在制作电子版的实践中，已认识到如果在信息内容上与印刷版没有什么区别，如果不能提供切实独到的服务，将难以吸引网络用户。

为了使上网新闻媒体有一个交流经验的机会，国家新闻出版署所属的中国报刊月报社、中国社会科学院新闻与传播研究所、中央电视台央视调查咨询中心发起并组织了“97 全国电子报刊经营现状与发展趋势研讨会”。会议于 1997 年 10 月 16 日、17 日在北京举行。这是国内首次举办有关上网报刊的研讨会。与会者来自 30 余家大多已建立了自己网站的报刊社，此外尚有新闻出版领导机构、管理机构、其他新闻媒体（新华社、中央电视台等）及新闻传播研究机构的代表，共 70 余人。研讨会的宗旨是“三沟通一利于”，即沟通国内各电子报刊间的相互了解、沟通国内电子报刊管理层与实践层间的相互了解、沟通对国外电子报刊现状及经营理念的全面了解，从而有利于推动中国电子报刊的健康发展。

国务院新闻办公室成为网络新闻传播主管部门

为了加强对网络新闻传播的统一管理，党中央授权国务院新闻办公室为主管部门，开始建立相应的管理体制。5 月，国务院新闻办公室下发了《利用国际互联网络开展对外新闻宣传的注意事项》，对利用互联网开展对外进行新闻宣传做了若干规定。文件指出：“为了加强对利用国际互联网络开展对外新闻宣传的管理，保障对外新闻宣传的健康发展，国家实行积极支持、促进发展、宏观指导、归口管理的方针。国务院新闻办公室对利用国际互联网络开展对外新闻宣传实行归口管理，统筹协调新闻宣传进入国际互联网络（以下简称‘入网’）的有关问题。对外发行的新闻报刊和其他对外出版物（包括文字印刷品和音像制品），原则上可以入网。新闻宣传单位入网须提出申请，报国务院新闻办公室审批。具体办法：对各省、自治区、直辖市新闻宣传单位的申请，有各省、自治区、直辖市人民政府新闻办公室审核后，报国

务院新闻办公室审批；对中央、国务院各部门所属新闻宣传单位的申请，由申请单位的上级主管部门审核同意后，报国务院新闻办公室审批；对军队新闻宣传单位的申请，由解放军总政治部审核同意后，报国务院新闻办公室审批后，到总参通信部办理入网手续。经批准入网的新闻报刊，应到新闻出版署办理备案手续。各新闻宣传单位利用国际互联网络对外新闻宣传的内容，需在中央对外宣传信息平台统一入网，不得自行通过其他途径入网，更不得自行在国外入网。已通过其他途径入网的，要一律补办报批手续，获准继续入网的应转到中央对外宣传信息平台上。入网新闻宣传单位的主要负责人应对本单位入网的宣传内容全面负责。各入网新闻宣传单位不得利用国际互联网络从事不符合我国外交方针、政策和违反对外宣传、外事工作纪律的活动。”

延伸阅读：“一种媒介，多种声音”与“多种媒介，一种声音”—— 互联网挑战内地新闻传媒¹

时至 20 世纪末，互联网已将全球各国各地区一“网”打尽。它打破了传统的地缘政治、地缘经济、地缘文化的概念，形成了虚拟的以信息为中心的跨国界、跨文化、跨语言的全新空间。

流动在互联网上的信息具有六大特点：极大丰富、形态多样、迅速及时、无远弗届、自由和交互。对传统的新闻传媒即报纸、杂志、广播、电视来说，没有任何一种能够同时具备这些特点。也就是说，现在被称为第五大传媒（也有人称为第四传媒，即把报纸、杂志算为一类）的互联网，可以囊括传统四大传媒的一切表现形态和特点，同时具备它们所不具备的特点。互联网的强大功能在各国各地区的社会生活、经济生活、文化生活中，正发挥出越来越大的影响力。今天，任何人都无法低估它那日益膨胀的影响力。

中国自 1995 年正式向全社会提供互联网接入服务以来，至 1998 年三年间的发展令人眼花缭乱。概括起来看，出现了网络建设形成规模、接入服务形成竞争、网站建设形成热潮、网络用户与日俱增的局面。在这种情况下，互联网所具有的特点和功能所带来的影响在中国也正显现出来。

互联网作为新兴传媒，必然会对传统传媒产生冲击，进而打破对一个国家内原有的传播格局及传播秩序。由于社会制度不同，发展阶段不同，基于意识形态、价值观念、本土文化、民族、宗教等各种因素，相对来说，发展中国家受到互联网的

1 本文原载于《新闻学苑》1998 年第 4 期。



冲击更为猛烈。中国是世界上最大的发展中国家，正处在迈向现代化的社会大变动时期，互联网的出现及广泛使用将对其产生何种独特的作用和影响，正成为国内外信息传播研究领域中的一个新的热门课题。

中国的新闻体制取决于新闻工作的性质、任务，受社会制度和国家性质的制约。它与资本主义国家的新闻出版事业根本不同，是中国共产党领导的社会主义事业的一个组成部分，必须坚持为人民服务、为社会主义服务的根本方针，传播一切有益于物质文明和精神文明建设的内容。因此，包括报纸、新闻性期刊、广播、电视、通讯社在内的内地新闻媒介，在宣传报道中出现“多种媒介，一种声音”的状况是必然的。但是，互联网的接入和广泛使用，却为内地用户提供了一个完全不同的信息空间和言论空间，出现了前所未有的“一种媒介，多种声音”的状况。

加拿大著名传播学者麦克卢汉（M.McLuhan）在 20 世纪 60 年代提出了一个轰动一时的论断：“媒介即信息”（The media is message）。后来其学说逐渐沉寂，但随着网络传播的发展，自 90 年代中期以来，人们又重新认识麦克卢汉论断的价值和意义。他认为，媒介本身的意义远大于媒介内容的意义，以电灯为例——至于在电灯下实施人脑手术还是夜晚打棒球都无关紧要，关键是电灯给人们带来了新的活动方式，没有电灯这些活动就不存在。因此，一种新媒介的产生，大都会引起社会结构及人的生活方式、思维方式的变化。¹

本文仅就互联网这一新媒介与中国传统新闻传媒间的不同特性、运作实态进行描述和论述，并不对二者做出价值判断，更无意全盘肯定或夸大互联网的作用。但一个明显的事实是，在信息传播领域互联网已对中国新闻传媒构成一定威胁和冲击。中国新闻传媒如何回应这一严峻挑战，已是今天不能不考量的问题。

互联网的影响随用户增加而日益扩大

按照美国学者的标准，一种媒体使用的人数达到全国人口的 20% 以上，才能被称为大众传媒，在美国达到 5 千万人使用这一标准的大众传媒，广播用了 38 年，电视用了 13 年，有线电视用了 10 年，而计算机网络只用了 5 年。美国《时代》周刊（1997 年 9 月 22 日）上曾有这样一个统计，在 1997 年 9 月 2 日这一天，美国第一大网络“美国在线”（America Online, AOL）用户上网人次为 1670 万。而当晚收看电视节目 *Home Improvement* 的家庭为 1096 万；当天 12 场棒球赛观众人数为 342686 人；当晚到电影院观看 *G.I. Jane* 的总人数为 128 万。AOL 的用户如今已达 1200 万，

1 麦克卢汉，《人的延伸——媒介通论》（何道宽译），四川人民出版社，1992 年。

预计到 1999 年将达到 2500 万。由此可见，互联网的出现及普及，将引起媒介市场的重新划分，越来越多的传统新闻传媒的忠实阅听人将转向互联网这一新媒介。

据美国电脑工业年鉴公司统计，截至 1997 年底，全球互联网用户已达 9996 万。其中 11 个国家拥有 100 万以上用户，第一位的是美国，总数为 5468 万，占全球用户总数的 54.7%。居第二位的是日本，用户为 797 万。其他超过百万用户的是英国、加拿大、德国、澳大利亚、荷兰、瑞典、芬兰、法国和挪威。以上这些国家占世界网络市场的近 90%。即将超过百万用户的可能是西班牙、巴西、意大利、瑞士和俄罗斯等国。这家电脑工业年鉴公司指出，随着时间的推移，中国和俄罗斯等国将拥有数目庞大的互联网用户。¹

在 1998 年，中国的 80 万上网用户当然无法与发达国家相比，但其增长速度及已经产生和将要产生的影响绝不可小觑。1998 年 1 月 12 日出版的美国《时代》周刊，载文评论中国的网络建设及未来可能产生的影响。其中提到英特尔公司亚洲地区总裁马洛尼（Sean Maloney）断言：再过五年，中国将会展现出令人难以置信的新面貌，而大部分的改变都将经由互联网发生。英特尔公司中国总裁杰瑞德（Jim Jarrett）预言：互联网所能发挥的极致，都将在中国获得证明。他举了一个例子：在一次宴会上，邻座的一位 80 多岁的老太太，指着她身边同龄的先生说，他每天早上起床后的第一件事就是打开电脑，上网阅读《华尔街日报》和《纽约时报》，这位年迈的前中共官员则骄傲地说：“这是我通向世界的窗口”。

随着中国互联网用户数的增加，其对传统新闻传媒正在产生三方面的重大影响：① 越来越多的人将从互联网上获取在国内新闻传媒上得不到的信息，而且发展趋势是对互联网依赖的程度越来越高；② 一定规模的用户数量已能产生一定能量，传统新闻传媒经常反映网民活动、网上动态，报刊开辟专栏，广播电视开设专题节目，也就是说，传统新闻传媒今天必须关照到互联网这一新传媒；③ 尽管目前中国还没有对互联网用户上网后使用传统新闻传媒的变化做周详细致的调查，但依据使用实态，一般来说首先减少了电视收视时间，而电视是目前中国大陆最具影响力的传媒，故比尔·盖茨（Bill Gates）所比喻的“眼球之争”已经开始。

1 《11 国国际网络用户超百万》，载于新加坡联合早报电子版（<http://www.asia1.sg/zaobao>），1998 年 1 月 16 日。



互联网对中国新闻传媒报道模式的冲击

（一）中国新闻报道模式运作实态

中国新闻传媒在新闻报道的实操中，视具体情况，经常采用以下几种做法：不予报道、推迟报道、简略报道、统一报道、正面报道、内外有别报道、综合式一次性报道、多种媒体形成合力报道等。

以报道党和国家领导人到外地视察为例，规定只有在领导人回到北京后，新华社、中央电视台才能予以一次性报道，有关报道第二天统一见报。又如，电视直播领导人出席的重大活动（长江三峡截流仪式等），只有待领导人在摄像镜头中出现时，主持人才能播报。而海外国外媒体在多日前乃至仪式开始前已经一再预报哪些领导人将出席。这一长期形成的报道机制和报道模式，即使是作为党和国家最高领导的本人，也要遵守和维护。如改革开放的总设计师邓小平 1992 年 1 月到南方视察时，从 19 日到 23 日，在深圳逗留了五天，所到之处受到民众的热烈欢迎。香港新闻媒体对此不平常的重大举动以最快速度进行了报道，但国内媒体包括当地媒体和中央媒体却不能报道。邓小平在深圳期间，尽管新闻媒体两次通过广东省委书记谢非向他请示，是否能够及时报道他在深圳的视察活动，因为香港的媒体已经广泛报道并引起了轰动，但邓小平本人认为自己不能破坏有关规定。直到 3 月 26 日，《深圳特区报》刊出题为《东方风来满眼春》的长篇通讯，才完整地报道了邓小平在深圳进行公开视察的情况。到了 3 月 31 日，中共中央机关报《人民日报》全文转发《东方风来满眼春》，才使邓小平到南方视察的消息传播到全国范围。

党和国家领导人的外事活动报道通常仅作动态性报道，即只报道何日会见了谁，而不报道会见细节和谈话具体内容。如 1998 年 2 月，纪念邓小平逝世周年之际，中央人民广播电台的一位时政记者撰文回忆道，邓小平对他主持参加的外事活动一般来讲都要求作动态性报道，形式简单。1985 年，邓小平在人民大会堂 118 厅的一次会见外宾活动（具体时间和会见对象记者记不清了），谈的是西藏问题，邓小平讲得很精彩，记者觉得有内容可报，便将写好的稿子送他审定。但邓小平还是像往常一样说，这些话不要公开报道。记者利用这个机会大胆地向邓小平提出意见，还列出许多理由，一个就是如果我们不报，外国记者也会报，国内几百万干部可以从《参考消息》（《参考消息》当时尚在一定范围内部发行，现在普通民众已可以订阅，甚至可以在报摊上买到）上看到您的讲话内容，他们会嘲笑我们的记者是“出口转内销”。邓小平听后很耐心也很严肃地对记者说：“我们报道少一点，外国记者报道多一点，这没有关系。他们报道的东西只能是参考，可以信，也可以不信；如果报错

了，我们还可以给予纠正。而你们是‘官方记者’，你们是代表我们国家说话的，你们发表了，就表明是中国政府的意向，这要慎重。”¹

这种长期形成的新闻报道模式，到目前基本上没有太大变动。1997年10月，国家主席江泽民访问美国，其间很多详情和细节，中国的新闻媒介都未予报道。事后，宁波有读者在《南方周末》上发表短文《让老百姓多一点“知情权”》。文中写道：江泽民主席在美国若干独具个人特色的行动就很有意思：如10月30日他在费城专程拜访了他原读大学时的97岁的老教授并赠送了中国的传统礼物；又如，江主席在夏威夷海滨游泳、跳土风舞弹吉他、在若干场合用英语发表演讲、用广东话向侨胞们问好等等。这些不但展示了中国第三代领导人的不同特色，无损领袖的形象，而且给人一种亲民感。文章最后写道：“中国主席和美国总统在高峰会谈及记者招待会中的全部讲话，美国报纸电台都是全文刊登和摘要发布的，而国内媒体对克林顿总统的讲话只部分刊登，须知这样的做法对信息网遍布全球的今日社会已作用不大，人们从一些有线电视上，从互联网上便可知道这一切。让九十年代的百姓多一点‘知情权’有什么不好？”²

（二）互联网上的信息传播实态

今天互联网对中国新闻传媒这一固定报道模式最大的冲击，便是上网用户可以在第一时间得到各种新闻，内容无所不包，包括以往通过国内新闻媒体根本接触不到或很少接触到的新闻。主要方法便是利用万维网（WWW）、电子邮件（E-mail）、电子公告板（BBS）、新闻组（Usenet）等多种功能。

万维网（WWW）³——通过浏览各类网站特别是新闻网站，成为了解时政新闻最主要的手段。迄今为止，中国不开放港台及海外国外报刊市场，通常采取机关、单位内部订阅的方式，一般人很难接触到这类出版物，但现在只要成为互联网用户，就可以随时调阅港台地区及国外新闻网站，也就是说，足不出户就可以看到港台地区及国外大量的报刊，安装上RealAudio等软件，甚至可以收听、收看广播电台、电视台播出的音频、视频新闻节目和其他节目。由于从新闻网站上获得的信息真实性、

1 刘振英，《新闻出版报》，1998年2月17日，第2版，《追忆小平同志二三事》。

2 文南，《南方周末》，1997年11月21日，第3版，《让百姓多一点“知情权”》。

3 万维网（World Wide Web），通过互联网访问的由许多互相链接的超文本组成的系统。美国麻省理工学院教授蒂姆·伯纳斯·李（Tim Berners-Lee）于1990年发明。由中国留学生在北美建立的中国新闻计算机网络（China News Digest, CND）1994年6月在其电子出版物《华夏文摘》上将World Wide Web译为“万维网”。



可靠性程度高，因此成为中国上网用户经常访问的站点。以 1997 年 3 月的人大、政协“两会”报道为例，各种会前会中、台上幕后等内地传媒不予报道的消息，都可以从港台及国外新闻网站上看到相关报道、背景介绍、分析评论。“两会”的最后一项是备受国人关注的选举，但国内新闻媒体对选举结果的得票率是不予报道的，然而国内互联网用户已可以非常及时地获悉全部情况。

需要指出的是，内地不少用户受英语水平所限，浏览英文网站困难，故港台地区及国外的中文新闻网站在国内市场很大。从技术上说，以往大陆使用中文 GB 码、港台地区及国外使用中文 BIG5 码而造成的难题，今天已经解决，不少港台地区及国外中文网站考虑到大陆市场，已普遍用双码制作网页，或提供图形方式，使国内用户调阅时不致发生困难；国内著名软件厂商所开发的中文之星、四通利方等软件，也可轻而易举地对不同内码进行转换；不断涌现的中文搜索网站、国内大量的网站对港台地区及国外新闻网站建立链接，方便用户查询和接入。有代表性的例子是新加坡联合早报电子版，由于使用 GB 码制作网页、页面简洁、调阅速度快等特点，更由于信息内容客观、公正而被中国众多网站建立链接，因此，该网站被访问的人次不断增加，在中国用户中已有相当高的知名度。

电子邮件（E-mail）——在互联网上传送信息的方式中，电子邮件一直居首位。由于其时效性强、费用低廉，在中国网络用户中已得到普遍使用。在实际应用中，不仅是个人间进行互通信息的手段，而且还成为相当多的机构、团体甚至个人发布新闻、传送文件的工具。目前互联网上以此方式传送信息的节点很多，传送的信息种类更是数不胜数。不少新闻网站也以这种方式提供传送信息的服务。如 1997 年 9 月，“美国之音”（VOA）通过多种渠道散布了以下一个消息：“号外！号外！号外！我们宣布一个好消息。美国之音中文部从 10 月 1 号开始提供一项新的服务。我们将通过邮件方式，把每天的重大新闻、突发事件、趣味消息传送到您的电子信箱。您用国标内码就能收看我们提供的中文讯息。我们的提供服务时间，是美国东部时间星期一到星期五，每天寄送。”目前，“美国之音”每天有三或四封邮件发送至订阅用户的信箱。

电子论坛（包括电子公告板 BBS 和新闻组 Usenet 等）——Usenet 是互联网上一项很大众化的信息服务，是个人向新闻服务器所投递的集合，也可以视为世界范围的电子公告板。通过它交换的信息称为文章（Article）或帖子（Posting）。在国外，其使用的范围和影响很大，但在国内，受各种条件的制约，尤其是缺乏中文新闻组，故目前使用的范围和产生的影响还很小。互联网上很多站点中开设的论坛区（BBS），是电子论坛的另一种形式，用户可以在论坛区的不同主题下发帖子，提供信息、发

表观点、展开讨论。由于其最大的特点同样为每一个用户既是信息的获取者，也是信息的发布者，而且没有任何人知道该用户的真实身份和个人资料，所以目前在国内极为活跃。

应该强调的是，尽管电子论坛所传播的信息有不少是虚假的，但互联网的这些功能起到了营造另一信息空间的作用，对国内新闻传媒不予报道的状况形成冲击。而且，这些诸多功能在传播信息中处于一种复合运用的状态，如网站上的新闻可以下载转贴到电子论坛上，也可通过转发，不断转贴、转发，迅速扩大了传播效果。

互联网对中国新闻传媒“舆论一律”的冲击

（一）中国的“舆论一律”实态

中国新闻传媒进行信息传播的特点是受控的、单向的、自上而下的。自改革开放以来，虽然不断增强了反映民意、加强舆论监督的功能，但就哪些主题发表言论以及言论的尺度，自然要受到“把关人”的控制。以报纸而言，尽管可以刊登一些小言论或采取“读者来信”的方式来反映问题、表达看法和意见，但不可能开辟言论专版而声明“本版言论不代表本报立场”，任由读者放言。由于长期以来形成的机制，“舆论一律”成为中国最明显的特征之一。如 1996 年日本右翼分子在钓鱼岛设置灯塔并悬挂太阳旗事件，在国内的新闻媒体上看不到任何民间舆论的反映；又如对“文革”的历史反思，即使在 1996 年“文革”发动三十年之际，报刊上同样见不到一篇有关文章，诸如此类。在市场经济手段运作及媒体竞争加剧的今天，一些新闻传媒的报道和言论，也时常有“出位”现象发生，但保障机制会很快加以“校正”，保证在“主旋律”的宣传中没有“杂音”。

（二）互联网上的“舆论多元”实态

互联网在发展中得到普遍认同的信条是，用户进入计算机网络应该是无限制的、彻底的，所有的信息应该是自由的，不信任任何权力机构，促进权力分散。互联网的特性使以往在传统新闻传媒上无法实现的个人表达自由和言论自由得到空前的展现，任何人只要进入网络便可无所不言，畅所欲言，形成了言论的“自由市场”。作为互联网的分支和延伸，中国的网络不可避免地承袭了这一传统和惯例。

当前，中国在互联网上所表现出的个人表达自由、言论自由的普遍方式主要有建立个人网页、发行网络出版物、在电子论坛上发帖、在聊天室（Chatroom）放言等。

个人网页——近两年来，表现自我的个人网页在中国如雨后春笋般地涌现，内容



主题各异，反映出个人某一方面的强烈诉求。如由广东网易计算机系统有限公司所建立的“网易新干线”网站，自称是“全国最大的个人主页网站，提供个人主页空间和主页链接”，目前已有超过 4300 个人网页。个人网页须长期挂在 ISP 服务器（港台及海外称伺服器）上，故在内容上通常不会“出格”。但有些个人网页的诉求，也还是相当吓人。如一个名为“于哲的家”的个人网页，在其主页上公开宣称：“我最大的愿望就是成为一名网上黑客，可以破译各种密码和软件（是不是很疯狂），希望各方高手多多指教，使我早日梦想成真。”¹

网络出版——互联网技术上的特点使新闻自由、出版自由得以空前的“放大”，各种内容的网络出版物便是其中之一。目前，反对中国共产党和社会主义制度的网络出版物已开始出现。

电子论坛——个人发表言论得到普遍应用的当属电子论坛。参与者众多的一是大学的 BBS 站，一是著名的 ISP 网站上所建立的论坛及专门的论坛网站。

据中国互联网络信息中心 1997 年的调查，上网用户的年龄分布状况如下表所示。

年龄	15 岁以下	16-20 岁	21-25 岁	26-30 岁	31-35 岁	36-40 岁	41-50 岁	50 岁以上
占比	0.3%	5.3%	36.3%	29%	13.2%	4.3%	6.8%	4.8%

从上表可以看出，年龄在 21 至 35 岁之间的年轻人占了 78.5%，这表明青年用户是目前上网用户的主体。

在校大学生、研究生无疑是这一群体中的活跃分子，尽管在使用计算机和网络方面还不可能达到满意的程度，但毕竟有着某些得天独厚的条件。不少人拥有自己的 E-mail，同宿舍的人共同出资购买计算机也相当普遍。由于 CERNET 和校园网的建设，大学生对 BBS 及聊天室等信息交流方式倾注了极大的热情。中国著名高等学校陆续出现了有相当知名度的 BBS 站，如清华大学的“水木清华”、北京大学的“未名”、南开大学的“我爱南开”、复旦大学的“日月光华”、浙江大学的“西子浣纱城”、厦门大学的“鼓浪听涛”、武汉大学的“珞珈山水”、西安交大的“兵马俑”、暨南大学的“暨大 STI”等等。对于校园电子论坛的作用，有这样一个比喻：北大“三角地”（集中张贴各类大小字报、海报、通知的地方，是北大信息集散地）正被 BBS 所替代。学生在 BBS 上进行各种信息交流，亦对各种问题发表自己的观点、见解。

由于这种网上的言论自由是网络特性所带来的，所以当要对它进行控制时，也

1 《于哲的家》个人网页（<http://members.xoom.com/y410407/>）。

就是说要对用户的自由做出某些限制时，便会引起用户强烈的反弹。如 1997 年年初发生在浙江大学的一件事很有代表性。由于校内发生一些管理方面的事件，“浣纱西子城” BBS 站及时进行了报道，引起颇多议论，结果学工部向站长施加压力，把相关文章统统删掉了。继而，校网络办公室“为了进一步提高 BBS 版面的质量，便于加强管理”于 1998 年 1 月 8 日发出用户重新注册的通知，要求“1 月 16 日前，BBS 上的新老用户均需重新注册。凡要成为 BBS 站的使用者，请持个人证件（工作证或学生证）办理登记手续。逾期将取消使用权。”这一通知引起学生大哗，仅一天之内，10 个通信区少则有四五百封抗议信，多则一千多封抗议信。学生们说：“BBS 本身就是靠它的自由谈天聊地，才吸引了众多的网虫为之牺牲了宝贵的周末和每天的黄金时间，一旦它失去了自由发表意见的天地，它也没有存在的价值了，还是关闭得了！”；“浙大 BBS 好不容易发展到今天这样，成了浙大对外的一个窗口，只因暴露了一些丑陋的东西，这下看样子是要完了！自八十年代的‘蛇口风波’，历史都过去十几年了，可……”；“我们大多数虫子其实都是良民，不粗鲁，不反动，不疯狂，可我从来没想到会有一天非得让人拿着电筒照我，对着学生证，说：就是他!!!!!!”。为了表示抗议，大批网虫集体“自杀”并在“死”前删除自己的文章，众多版主辞职，有的激进版主在辞职前把自己版的文章一删为光，浙大 BBS 出现一片混乱。与此同时，一则“浙大 BBS 要玩儿完啦！”的帖子立刻转贴于各电子论坛，希望“浙大的、外校的、国内的、国际的、各行各业的浙大 BBS 网虫们”给予支持，以纠正这一极其“业余的”、“错误的”决定。¹

如果说，校园 BBS 还便于管理，学生素质和网络道德还比较高，因而言论的范围和尺度通常不会太“出格”，那么一些服务器架设在国外的论坛网站上的言论则表现得毫无顾忌和极为放肆。对共产党谩骂的，有之；对社会主义攻击的，有之；为“台独”、“藏独”叫好的，有之；为海外民运张目的，有之。在内地 ISP 所开设的论坛上，基本上是不可能出现上述情况的。因为他们知道自己所建立的不仅仅是单纯的信息交流的物理管道，由于信息内容问题，完全可能给自己带来生存风险。因此对于开设论坛、聊天室等，始终是小心翼翼。它们通常采取三种做法：① 由用户作出承诺，保证不在论坛上进行各种违反中华人民共和国法律和法规的活动；② 设立论坛管理员即各版版主，对论坛上的内容进行检查，明确提示：“（某站点）及各栏目的版主有权保留或删除归其管辖论坛中的任意内容”；③ 不设立任何涉及政治及敏感话题的讨论主题，明确提示“谢绝有关政治问题讨论”。由于论坛的开放性，用户行为很难管理，因此，各 ISP 除强调用户要“承担一切因您的行为而直接或间接导

1 浙江大学“西子浣纱城” BBS 站（<http://210.32.128.202>），1998 年 1 月 8 日、9 日所发“帖子”。



致的民事或刑事责任”外，亦会特别声明：“文章乃是读者自行贴上，版主及 Webmaster 对其内容不负任何法律责任”。¹

又如，1998 年 4 月，“网易新干线”对个人网页加强了管理，希望用户自律并希望对不良个人主页举报。公司声明：“由于近期网易个人主页用户不遵守国家法规，把不必要的信息发布在个人主页里。有鉴于此，网易现决定对现有的个人主页用户重新登记。并请各个人用户配合本公司工作，共同清理这些网络垃圾。如果你们在网易个人主页里发现不良内容、链接，请及时报告本公司，本公司会进一步处理。”

尽管可以采取一些措施加强对电子论坛和个人网页的管理，但电子论坛、个人网页的特性毕竟是为用户开辟了一个前所未有的言论空间和自我表达空间。在中国，随着互联网用户数的迅速增加，电子论坛已经开始形成有较多人参与、具有一定影响的自由言论的园地。在这一园地中，任何人可以就任何问题发表自己的意见和看法，传递相关信息，这在报刊、广播、电视等传统新闻传媒中是根本不可能做到的，甚至是不可想象的，而电子论坛在这里起了重大扭转作用，多种声音而不是一种声音从这里发出。传统新闻传媒可以表现为“舆论一律”，而互联网上的电子论坛，恰恰以“舆论多元”为最大特点。

中国新闻传媒面临严峻挑战

中国自改革开放以来，新闻传媒尽管朝着民主化、法制化、市场化方面不断迈进，但今天依旧面临着必须进一步改革的巨大压力。这一压力主要来自以下四个方面：

（一）今天国内的受众已不满足于自上而下的灌输式的宣传报道，随着经济发展、社会进步，必然要提出“知情权”、“新闻自由”、“言论自由”等要求。而当这种要求从传统新闻传媒上无法，或者很难得到满足时，就会转向国外的媒体寻求信息来源，而且随着传播技术的飞速发展，内地受众会拥有更多的主动权、选择权，甚至信息发布的手段。

（二）随着全球化的大趋势，中国势必以更加开放的姿态融入国际社会。1997 年 10 月，在江泽民主席访美前夕，中国签署了《经济、社会及文化权利公约》。1998 年 3 月 12 日，副总理兼外交部长钱其琛在九届一次人代会的记者招待会上表示，中国将签署《公民权利和政治权利国际公约》。1998 年 4 月，中国新任总理朱镕基首次

1 统一论坛网站（<http://chinabbs.hypermart.net>），1997 年 12 月 27 日，《紫禁城夜话》论坛。四通利方中文论坛（<http://www.srsnet.com/richtalk/>）、中网“新空气”论坛（<http://www.netchina.com.cn/>）。

出访欧洲，7日在与法国总统希拉里会面后重申，中国会在短期内签署《公民权利和政治权利国际公约》。在这两个国际公约中，尤其是《公民权利和政治权力国际公约》中，对公民享有的表达自由和新闻出版自由等都有明确的规定。中国随着改革开放的进程而实现与国际“接轨”就意味着要接受相应的规则和惯例，承担相应的义务。1998年6月17日，国家主席江泽民在接受美国《新闻周刊》特约编辑兼《华盛顿邮报》专栏作家韦茅斯的采访时，向她表示中国政府准备在当年秋天签署《公民权利和政治权利国际公约》。

（三）中国的媒体市场至今尚未开放，在经营上规定外资不能经营国内新闻媒体，亦不能合资经营，不能搞股份制。进口的外国电影数量有严格控制，进口电视剧的播出比例也有严格限制，对卫星电视的控制亦十分严格。但是随着市场机制的运作，随着媒介自身发展规律向着产业化、集团化发展，随着加入世界贸易组织（WTO）进程，媒介市场的逐步开放必然会提到议事日程。实际上，国内一些专业的娱乐刊物、科普刊物已经以多种合资形式在运作，其结果对原有市场格局已开始形成冲击。再如香港电视早已进入广东有线电视系统，凤凰卫视开播仅两年就已在内地占有相当大的覆盖和收视率。可以说，当今国际上实力雄厚的大媒介集团都看好中国这巨大的市场，并采取咄咄逼人的态势和积极渗透的策略在打入。

（四）外来信息透入中国并产生影响，是多种媒介共同作用所致。包括印刷媒介（书籍、报刊）、音像制品（录音带、录像带、激光唱盘、激光视盘）以及国外海外广播电台、国外海外电视（包括卫星电视）等。由于传播技术手段的发展，中国民众比以往任何时候都更容易通过多种途径接收到国外海外的各类信息。本文虽强调了互联网的功能和作用，并不意味它可以取代其他传媒的功能和作用。它仅是多种媒介“合力”中的一股力量。传播技术手段发展的根本意义，就在于不断打破时间和空间制约的极限，而造成“全球共此时”的状态，使人们摆脱以往相对封闭的区域性信息空间，而进入完全开放的全球信息空间。

实际上，中国新闻界一直在思考，并且在可能的范围内进行改革，以适应社会发展、传播技术手段等新情况所带来的变化，满足受众的多样化需求，同时着眼于今天和未来世界格局内的竞争。但是必须看到，中国的新闻改革是政治改革的一环，它不可能超越政治改革的整体进程。一个典型的例子是，千呼万唤十多年之久的《新闻法》、《出版法》、《广播电视法》始终处于难产状态。国家新闻出版署制定的《新闻出版业2000年及2010年发展规划》中提到，到2010年新闻出版法制建设要建立以《出版法》、《新闻法》、《著作权法》为主体及与其配套的新闻出版法规体系。因此仅就新闻报道目前存在的种种问题而言，并不能将原因简单归结到新闻传媒身上。



1997 年 12 月 26 日，《南方周末》第一版《周末茶座》言论专栏中刊出了一篇文章《“下文”缺乏，“上文”也缺乏》。文中写道：12 月 5 日本报刊登的《难产的“下文”》中说，现在的新闻报道经常缺少“下文”，如报道某一灾难性事件时加一句“事故原因正在调查中”的陈词滥调，便从此没有了“下文”。作者指责这是“新闻界的耻辱”，因为“这与新闻界这些年在追星方面所表现出来的热情和韧性相比反差未免太大”……但是传媒也有传媒的难处，许多事只好大家心照不宣。如果把责任一股脑儿推给新闻界，也略欠公平，因为还有背后的机制。文章进而引申说，目前的新闻报道不仅在很多情况下无“下文”，甚至很多情况下也无“上文”，如一件人为的灾害，包括巨款被贪污，法纪被严重破坏之类；有时甚至是自然灾害，按照新闻要求“新”的原则，本该是事件发生了就应报道的，但人们所看到的大抵是事情“圆满”结束或取得了“胜利”以后才出的消息。凡是贪污腐败的大案，都是该案取得反贪反腐的成绩的报道，自然灾害则是救济和善后工作取得胜利的报道，诸如此类。当然，“上文”和“下文”都缺的新闻也有。这点，新闻界和读者也都是心照不宣的。文章结尾写道：这大概就是小道消息和谣言有市场的原因，至于如今，则有条件的人都去追求互联网了……¹

让你知道什么，你就知道什么；让你什么时候知道，你就什么时候知道；让你知道多少，你就知道多少——这种新闻报道的效果已因包括互联网在内的多种新传播技术手段的普及使用而正在逐渐失效。反过来说，如果这种新闻报道状况不加改进，受损害最大的乃是国内的新闻传媒，因为长久下去，其公信力和权威性将在民众心目中丧失。世纪之交，中国新闻传媒应该清醒地看到全球化和传播科技发展正带来一场巨大变革，应该清醒地看到在不久的将来世界媒介市场势必出现全新格局。回头路和维持现状无异于“等死”。只有积极地推进新闻改革，不断强化自己的报道实力、经营实力和技术实力，才有可能在未来的竞争中立于不败之地。

1 何满子，《“下文”缺乏，“上文”也缺乏》，载于《南方周末》，1997 年 12 月 26 日，第一版。

1998 年

门户网站涉足网络新闻传播领域

1998 年起，商业门户网站在短时间内迅速崛起并涉足网络新闻传播领域，一场巨大而深刻的变化由此拉开了序幕。在互联网领域，起主导作用的商业网站将对原有的中国新闻传播格局和传媒市场形成冲击和挑战。

门户网站涉足网络新闻传播领域

由于国际互联网“门户网站”（Web Portal）概念的提出和运作，国内一些商业网站闻风而动迅速跟进，在 1998 年底开始整合为门户。如四通利方公司于 1998 年 12 月 1 日宣布成功并购了海外最大的华人网站公司——华渊资讯，同日名为“新浪潮”的网站正式开通。合并后的新浪网每天访问人次将超过 40 万。仅从访问人数上讲，新浪网的规模在全球华人区中已是最大的门户网站。新公司还将在中国主要城市及中国香港、中国台湾、新加坡、北美等主要华人地区设立分公司或办事处，并开通相应的地方版新浪网站，提供新闻、信息、社区等全面服务。搜狐（Sohoo，后改为 Sohu）公司是 1998 年 2 月由张朝阳博士创立的，当时是国内第一家中文搜索引擎，短短几个月的时间便取得骄人成绩。上线之初的 4 月，日访问量达到 2 万人次，读取页面每天超过 10 万页，而到了 9 月全面改版后，日访问量突破 7 万人次，读取页面每天超过 40 万页。搜狐在向门户网站迈进的过程中，其经营策略也由最初的“中国自己的网络神探”，发展为“搜狐不仅仅是一个网站，它更是一种媒体，并将超越媒体，成为人们生活中不可或缺电子商务市场”。在提供服务方面，随着 9 月底推出的全新主页，不仅集成了新闻、引擎，还增添了财经、体育、多媒体、外国资源、企业集锦、搜狐调查等特色内容，以及紧跟国际潮流的标准广告形式。



商业网站改变新闻传播格局

任何一个门户网站都一定要具有很强的网络信息采集能力、整合能力和传播能力，而且在今后不断加强且得以充分发展。新浪、搜狐、网易等门户网站以及在互联网热潮中不断开通的大量新网站开始全面涉足新闻传播，提供新闻之多、之快，让众多新闻媒体网站望尘莫及，尤其是在国内国际突发事件发生时，这些网站抢发“第一报”以及连续滚动报道、全方位报道的意识非常明确，由此影响力迅速扩大。尽管商业网站的竞争对手来自相互间而并非新闻媒体网站，但从新闻传播格局看，商业网站已成为新闻媒体及其网站的最大挑战者。

国内门户网站形成，并且全面进军互联网新闻传播领域，奠定了门户网站特别是新浪网、搜狐网、网易网在这一领域中的领先地位。这一状况对国内原有的新闻传播格局带来巨大的变化和冲击，当代中国人真正感受互联网新闻传播的威力和魅力，而国内网民强劲的新闻需求又推动三大门户网站不断提升自己新闻运营的能力和水平。如，1999 年 4 月 15 日，韩国大韩航空公司一架麦道 MD-11 货机在上海附近坠毁，新浪网对于这一突发事件便进行了及时出色的报道，其特点为：① 报道时效超过传统新闻媒体；② 连续滚动报道；③ 广为集纳相关信息；④ 在报道上采用文字、图片、视频等多种形态。网络传播的特点和优势无疑起了决定性作用。商业网站在发布新闻方面显然已树立了争第一的意识，而对商业门户网站在新闻传播方面的作用应该给予全面客观的评价。正是有了三大商业门户网站，在很大程度上才改变了网上中文信息匮乏的状况，对于后来新闻网站的奋起直追和阵容改观也是强有力的刺激因素。

个人主页成为网民个体传播的手段

在各类网站兴起之际，网民建立的个人主页也如雨后春笋般出现。如，“网易新干线”是国内最主要的个人主页网站，提供个人主页空间和主页链接，据《中国电脑教育报》4 月 8 日报道，目前有 4300 个以上个人主页。而网易公司自称，其容纳的个人主页早已达到 1 万以上。个人主页是网民在虚拟的网络世界建立的个人天地和精神家园，因此很多人将其冠名为“×××的家”，如“阿宝的家”、“毛毛虫的家”，

或者类似名称，如“梦想家的小屋”、“逍遥居”、“梅香小筑”、“心情驿站”等。如果说现实世界中的家是个人的封闭天地，而网络世界中的“家”则是敞开大门欢迎更多数量的客人到访。一名年仅 12 岁的小学生建立了名为“一个小学生的乐园”的主页，他骄傲地宣称：“我 12 岁就做了一个主页，你 12 岁在干什么？”个人主页内容五花八门，反映出社会上不同行业各色人等的情趣和诉求，成为互联网上第一个进行个体传播的重要手段，但由于网页制作技术较为复杂，设计维护更新都需花费不少心血，因此建立个人主页的网民只是少数。

网络文化的独特魅力开始显现

1998 年，一部催人泪下的网络小说风靡了两岸，这便是台湾成功大学一位名叫蔡智恒的博士生所写的《第一次的亲密接触》。他从 3 月 22 日起以“jht”笔名在校园 BBS 上陆续发表，至 5 月 29 日这部共 34 回的连载小说刊发完毕，已轰动了台湾众多院校的 BBS，不少人将它比作网络上的《泰坦尼克号》。6 月，台湾的大众传媒立刻报道了这一现象，如《中国时报》6 月 22 日的一篇文章分析说，如今网络已成为新新人类（注：指 70 年代后期出生的一代，有自己独特的生活方式和价值观念）的生活重心，有一句广告词说，新新人类不是正坐在电脑前上网，就是正在前往的途中，或是刚刚离开而已。可见网络对新新人类的吸引力有多大，而网络小说正象征着新新人类的创作发表管道。大陆的“70 后”同样是在进入大学后才开始频繁使用互联网的，当时电子邮件，尤其是互动型的 BBS 和聊天室成为他们的最爱。由于互联网传递信息的迅捷，《第一次的亲密接触》在台湾校园 BBS 上出现后不久，在大陆一些院校，如北京的“水木清华”、广州“华南木棉”等 BBS 上就开始连载，立刻引起大陆学生的共鸣，他们通过电子邮件、磁盘等手段进行了广泛再传播。

BBS 和聊天室在大学生、年轻人中的广泛使用，催生了独特的网络用语。如互联网使用者称为“网民”、“网络族”、“网友”、“网虫”。有些用语由同音字变化而来，如“大侠”成了“大虾”，“妹妹”成了“美眉”，“我”成了“偶”，“版主”成了“斑竹”等。有些用语由数字谐音而来，如 886（即英文“拜拜了”，再见之意）。有的故意反原来字面而用之，如将“东西”称为“东东”。有的则是利用键盘上的符号组成各种表情。这些多形态的网络用语，反映了年轻网民求新求异的心态，他们就是要借此传达一种时尚、一种情绪，甚至是相互间一种心有灵犀一点通的感觉。网络用语及网络流行语成为互联网上一道独特的风景线，成为由网民创造的文化现象之一。



可以说，不了解网络用语和网络流行语，在很大程度上就读不懂互联网。

国务院新闻办公室再度发文

主流新闻媒体在 1998 年继续努力进军互联网新领域，如光明日报网站于 1 月 1 日正式开通。中国国际广播电台网站于 12 月 26 日正式上线，将华语（含普通话和粤语）、英语、德语和西班牙语四种语言的节目送上了互联网。

面对快速发展的形势，1998 年 10 月，国务院新闻办公室和新闻出版署再次联合发文，对 1997 年 5 月下发的文件做了补充规定。文件指出：“一年多来，各新闻单位和各地利用国际互联网络开展对外宣传的积极性很高，工作进展较快。为了更充分地发挥国际互联网络在对外宣传方面的作用，促进新闻宣传信息更多地上网，根据实际情况，国务院新闻办公室、新闻出版署作如下补充规定：一、原规定‘各新闻宣传单位利用国际互联网对外新闻宣传的内容，需在中央对外宣传信息平台统一入网’。一年多的实践表明，统一进入中央外宣网站虽可增大中央外宣网站的信息量，但网址单一，不利于查找；信息拥挤，容易形成瓶颈，影响信息传递速度。因此，今后各新闻宣传单位获准入网后，将信息链接中央外宣信息网站的同时，可以申请独立的域名，建立自己的网站。二、入网开展对外新闻宣传，经国务院新闻办公室审批后，除到国家新闻出版署履行备案手续外，还须将本单位网址、域名、电子邮件地址报国务院新闻办公室备案。”从国务院新闻办公室 1997、1998 年两份文件的对比中，可以看到作为对外宣传的主管部门，同时也是新闻媒体上网的归口管理部门，对网络传播的特性和规律的认识也在不断深化，对一年多以前原规定不适合的部分及时作了修正。

延伸阅读：网络新闻之我见——兼与郭乐天先生商榷¹

1999 年 9 月 15 日，《光明日报·电脑网络世界》周刊上刊出了郭乐天先生²撰写的《商业网站不应发布新闻》一文，引起很多人的关注。其实对这一问题的关注乃至不同看法从国内商业网站涉足新闻领域（尤其是时政新闻领域）的 1998 年下半年

1 本文于 1999 年 10 月 11 日首发 Chinabyte 网站，标题为《商业网站可以发新闻吗？》

2 郭乐天，现任温州日报报业集团副社长、温州网总编。1982 年进入新闻媒体圈，从记者起步到报社编委再到网站高管，是地方重点新闻网站一位开拓性人物。

便开始了。它涉及有关部门的管理、网站发布新闻的规范化运作及自律、传统新闻媒体如何面对网络媒体的挑战、新闻媒体网站与商业网站的关系等诸多问题。拙文对郭文的回应是希望广大同行对这些问题展开更深入的探讨。

定义“网络新闻”

大凡一个新事物的出现，都会伴随一大堆相关的概念和名词。今年以来，“网络新闻”这一名词频频见诸报端。

任何一本新闻学著作首先要定义的便是“新闻”，故这里不再列举有关“新闻”的种种定义和赘述它们的异同之处。

在“新闻”前面加上限定词，便衍生出新的含义，如常见的“电视新闻”、“体育新闻”等。这些组合词通常有两种意思：一是指通过某种传播途径发布的新闻，如“电视新闻”；二是指报道某一领域的新闻，如“体育新闻”、“科技新闻”、“娱乐新闻”等。显然，“网络新闻”一词属前一种情况。

凡事梳理须从“头”开始，故我在这里先为“网络新闻”下一个有心全面但不免啰唆的定义：

网络新闻指通过互联网（Internet）发布、传播的新闻，其途径可以是万维网（WWW）网站、新闻组（Usenet News）、邮件列表（Mailing list）、公告板（BBS）、网络寻呼（ICQ）等手段的单一使用或复合使用，其发布者（指首发）、转发者可以是任何机构也可以是任何个人。

这一定义主要想概括出网络新闻的特点，即手段上的多途径和发布者的多来源。

我这里抛砖引玉，相信同行能提出更佳定义。

商业网站不应发布新闻吗？

如果用上述“网络新闻”的定义来审视郭文，就可以看出其命题是与网络传播特性和传播规律相悖的，是行不通的。

因为从媒体本质上看，报纸、广播、电视等传统媒体均是大众媒体，其信息传播的特点是受控的、单向的，且往往是自上而下的，而网络媒体则是分众媒体、个体媒体，其信息传播特点是开放的、交互的、犹如“蕃薯藤”一般。传统大众媒体经过长期地不断完善形成了规范的运作方式和一整套有效的管理机制，网络媒体则具有桀骜不驯难以管理的特点。传统大众传媒可以营造出“舆论一律”的信息空间，互联网提供的却是舆论多元的信息空间。所有这些特点是网络技术决定的，只要接



入互联网，便不能不接受这一新媒体的传播特性所带来的冲击。所以，我们不能将网络媒体等同于传统大众媒体看待，同时也不可能将网络媒体和传统大众媒体进行一样的管理。

不管怎样，郭乐天先生给我们出了一道题目，使我们对网络新闻可以从多个角度作深层思考。即使“网络新闻”仅指通过网站发布这一单一形式，那么目前并无任何法规规定哪些网站可以发布新闻，哪些网站不能发布新闻。我们知道，在互联网上，任何机构、任何个人只要愿意，无需任何机构批准就可以立刻建立自己的网站，而网站一旦建立，理所当然地就成为一个信息传播的节点，包括发布新闻。每个国家对出版报刊、建立广播电台、电视台，往往有多部专门法规及一系列实施细则，详细的条文既规定了创办者所需的条件，也规定了主管部门对媒体违规行为进行惩罚乃至取缔的条款。这就是网络媒体与传统大众媒体间的不同之处。退一步说，商业网站若不应发布新闻，是指哪一类新闻？是否各类新闻都不允许发布？或者允许商业网站发布哪类新闻？说白了，最敏感的莫过时政新闻。可以试想，即使明文规定商业网站不准发布时政新闻，在具体运作时如何把握界线就是相当困难的事。一条重要经济新闻抑或重大社会新闻，未必不是重大的时政新闻。此外，很关键的一点是，郭文显然是指“国内商业网站”，那么对发布新闻包括发布中国国内时政新闻的“国外商业网站”怎么办呢？如果对刚刚兴起但步履艰难的国内网站大加限制，对国内网络业的发展会产生什么影响呢？

管理、自律与共同目标

上面谈了这么多，并非意味着取消对网络新闻发布和传播的管理。从管理的角度看，我认为有两条原则应予以考虑：一、所有网站均具有发布新闻的同等权利，即不存在哪些网站可以发布新闻，哪些网站不能发布新闻，而是每个网站视自己的定位决定是否发布新闻及发布何类新闻；二、采取事后追惩制，即如果国内网站发布了不实新闻或产生了不良后果，如泄露国家机密、挑起民族不和、煽动社会动乱、散布色情淫秽、侵犯他人隐私权、名誉权、肖像权等，则必须承担相应的刑事民事责任。

重要的是国内各类网站发布新闻必须以现行法律为准绳，加强自律。最近一个典型的实例是，9月24日雅虎中国网站正式开通，杨致远表示尽管在法律上会碰到的一些“灰色地带”，但雅虎正同中国信息产业部和其他监管部门讨论这些问题，以确保以中国大陆为基地的网站符合所有的条规。其实我们可以看到1997年4月开通的雅虎简体中文网站在提供时政新闻方面就与雅虎香港、雅虎台湾网站有很大不同，

雅虎中国网站开通后，其新闻的提供、网站的检索及链接则表现出更多的自律。就拿申请免费电子邮箱一项，那注册条款之详尽，相信超过国内任何一家提供免费邮箱服务的网站。至于国内商业网站，相信它们更加“明戏”——明白新闻发布的“游戏规则”。

“明戏”归“明戏”，商业网站为了商业利益在新闻发布上违规出轨的事时有发生。为了建立良好的网络新闻传播秩序，商业网站应健全新闻发布的审核机制，不断提高编辑的素质，使新闻发布的水准专业而规范，同时提高对传统新闻媒体及其网站著作权的保护意识。而对新闻媒体网站来说，则应调整自己的心态，少一点怨天尤人，多一点竞争投入，充分利用自己的高信誉度的品牌、丰富的信息资源、数目可观的高素质人才，在网络传播领域创造新的辉煌。

商业网站与新闻媒体网站不是誓不两立的冤家对头，而是相互促进、相互携手的伙伴，为的是一个共同目标：不断发展壮大中国的网络媒体。

1999 年

党中央着眼新世纪网络传播布局

中国共产党作为世界上最大的发展中国家的执政党，在遇到互联网这一新事物后，自然面临着判断、决策、治理等一系列新课题。中国共产党不仅是中国接入互联网的决定者，而且是中国互联网建设、利用、管理方针的制定者，是实施过程中的组织者和指挥者，始终发挥着总揽全局、把握方向、制定战略、部署战役的作用。1999 年，中办 33 号文件便是党中央关于网络新闻宣传工作的第一个指导性文件。

党中央对互联网新闻宣传工作高度重视

1999 年 2 月 26 日，江泽民总书记在全国对外宣传工作会议上的讲话中强调，信息传播业正面临着一场深刻革命，以数字压缩技术和卫星通信技术为主要标志的信息技术的发展，互联网的应用，使信息达到的范围、传播的速度与效果都有显著增大和提高。世界各国争相运用现代化信息技术加强和改进对外传播手段。我们必须适应这一趋势，加强信息传播手段的更新和改造，积极掌握和运用现代传播手段。这是首次见诸公开报道的党和国家领导人对新闻媒体要积极利用网络传播的重要指示。

5 月 8 日，美国及北约对中国驻南斯拉夫大使馆进行了袭击，造成我人员重大伤亡及财产损失。“5.8”事件发生后，互联网在传播领域所产生的独特作用，引起中央领导高度关注，中宣部长丁关根、国务院新闻办公室主任赵启正相继到中央主要新闻媒体网站进行视察和调研，提出要加大新闻媒体网站建设的力度。

10 月 16 日，中共中央办公厅转发《中央宣传部、中央对外宣传办公室关于加强

国际互联网络新闻宣传工作的意见》的通知（中办发〔1999〕33号），这是中央关于网络新闻宣传工作的第一个指导性文件。文件从争夺 21 世纪思想舆论阵地的一个制高点的高度，明确了今后网络新闻宣传工作发展的方向，并提出了一系列原则。如文件指出，要把中央主要新闻宣传单位作为网站建设重点，经过努力尽快办成全球性的名牌网站；各省、自治区、直辖市和计划单列市应集中力量建立一、两个重点新闻宣传网站；新闻媒体网站要把握正确的舆论导向，努力提高互联网新闻宣传的针对性、时效性和艺术性；要进一步完善互联网新闻宣传的规范管理等。

新闻媒体网站开始以“网”相称

1999 年，新闻媒体网站发展的一个重要变化是“质的提高”，在掌握和运用网络传播的规律和特性方面，不断有所进步。不少网站已不是将“母体”内容如报刊印刷版的内容照搬上网，而是在信息内容和形态上办出特色，提供网络多种服务功能，创意十足并且决心在网络空间做大做强。一些报纸网站已不再称自己是某报网络版或电子版，而是以“××网”、“××在线”自称。如上海文汇新民联合报业集团网站的名称是“申网”、“广州日报”网站的名称是“广州日报大洋网”、“深圳商报”网站的名称是“深圳新闻网”、“浙江日报”网站除该报网络版外，还包括“浙江在线”地方门户网站。名称的改变意味着新闻媒体网站经营理念的提升，反映出一些有实力的地方新闻媒体网站已将自身今后的发展定位于综合服务网站，不仅仅是“网络版”、“电子版”的概念。尤其是《电脑报》网站成功融资 500 万美元，改制为“天极网”，更预示了新闻媒体网站今后发展的一个新方向。

1999 年 1 月 1 日，中国新闻社总社在北京开办中国新闻网（简称“中新网”），秉承中新社的传统风格，追求“快速、平实、客观、理性、专业、雅致”，在众多的网络媒体中别具一格。更多的地方新闻媒体亦出现上网热潮，地级甚至县级新闻媒体也纷纷进军网络传播领域。以四川省为例，1998 年仅有四川日报、华西都市报和成都商报三家媒体上网，到 1999 年底，“四川新闻网”就汇集了 90 家上网媒体，包括综合类报纸 5 家、专业类报纸 29 家、地市州报纸 11 家、杂志 16 家、广播电台电视台（含频道）29 家。“到 1999 年底，全国建立独立域名的新闻宣传单位已达 700 多家。”（郭乐天撰写的《前瞻 2000 新闻传媒走势》一文中提供的数字，载于 2000 年 1 月 26 日《新闻出版报》第 2 版）

由于新闻媒体网站具有新闻信息、品牌、公信力等优势，它一旦建立就能发挥



良好的社会效益，不少新闻媒体网站锐意进取，在内容和服务提供方面不断完善，影响力迅速提高，受到广大网友的好评。在 1999 年举行的第二届中国互联网大赛中，首次进行了优秀网站评选，其中专设了“新闻与媒体”一项。2000 年 1 月 15 日，大赛组委会公布了“中国优秀网站”评选结果，在“新闻与媒体”类网站中，人民日报、新华社、华声报、中新社、计算机世界报、浙江在线、中国计算机报、国际广播电台、中国日报（China Daily）、中央电视台网站脱颖而出，加上其他类别中的科技日报（科技与教育类）、中国证券报、上海证券报（金融与证券类）、电脑报 CPCW 网站群（电脑与网络类），共有 14 家新闻媒体网站榜上有名。这些网站的现状反映了 1999 年中国新闻媒体在网络传播领域中所达到的水平。

中国记协作为新闻界联系的纽带和桥梁，对新闻媒体网站的建设也给予了推动。7 月 1 日至 2 日，中国记协在杭州召开了“99 中国新闻媒体网络传播研讨会”，到会的新闻媒体广泛交流了网络新闻传播实践的经验和体会。这是 1997 年以来的第二次相关主题的全国性研讨会。

新闻媒体网站运营更上一层楼

新闻媒体在掌握和运用网络传播的规律和特性方面，1999 年应该说上了一个大台阶。5 月 8 日清晨 5 点 50 分（北京时间），中国驻南斯拉夫大使馆遭到以美国为首的北约集团的五枚导弹袭击，馆舍被毁，20 多人受伤，3 名新闻工作者遇难。当这令世人震惊的消息一传回国内，各新闻媒体立刻以超常的运作来应对这一突发事件。尤其是已经在互联网上建立网站的新闻媒体，更是利用网络传播的威力，表达中国人的义愤，发出中国人的怒吼。人民日报网络版开设强国论坛，对新闻媒体网站的运作来说具有突破意义。国内新闻媒体网站以往尚没有一家开设论坛（BBS），理由很简单，认为对网友的自由放言很难掌控，担心产生负面作用。“5.8”事件突然发生后，人民日报网络版审时度势，于第二天 5 月 9 日便果断地开设了“强烈抗议北约暴行 BBS 论坛”。广大网友对人民日报网络版能够开设论坛感到兴奋，以高度的爱国情怀积极参与其中，传递各种信息、发表自己的意见和看法，到 6 月 19 日晚“抗议论坛”改版为“强国论坛”，网友共发布了 9 万余条帖子。可以用三句话概括“强国论坛”开设的意义：① 从人民日报网络版的发展看，其设立是对网络传播规律和特性在认识上和实践上的一大突破；② 从中国新闻媒体网站发展来看，其设立是一个标志性的事件；③ 从中国社会政治生活的角度看，为民众提供了言论空间和表达空

间，成为中国社会主义民主化进程中的一个有说服力的窗口。

新闻媒体网站尤其是广播电视媒体网站在音频、视频直播、点播方面，也有长足进步。如 1999 年以来，中央电视台网站首次直播春节联欢晚会，对一系列重大活动包括对建国 50 年庆典均进行了网上直播。为让全国全世界的人目击澳门回归祖国的历史性时刻，中央电视台从 12 月 19 日 9 时至 21 日 9 时进行 48 小时直播，与此同时，中央电视台网站、人民日报网络版、中国互联网新闻中心的网上直播也同步开始。光明日报网站的直播则从 19 日 20 时开始，至 20 日 24 时结束，也有 28 小时之久。这些网站为了应付众多网友的点击浏览，均在技术上做了充分准备。如中央电视台网站特开设了 4 个服务器，其中之一专门提供高画质大显示窗口。中国国际广播电台则用普通话、粤语、英语、葡萄牙语对多场重大仪式和庆典活动进行了网上音频直播。一些地方广电媒体机构亦进行了努力探索，如上海市广播电影电视局所主持的“上海广播影视网”对 9 月在上海召开的“99 财富论坛”进行了独家网上直播，共提供了 13 档 17 小时的直播节目。规模空前时间超长的网上视频及音频直播，反映出国内新闻媒体网站水平的飞速进步。

广播电视媒体根据自身系统的特点，在 1999 年 11 月 10 日至 13 日召开的“广电系统 INTERNET 网站建设应用研讨会”上，提出了建立“广电站点联盟”的思路，以期形成广电行业网站的总体形象，通过统一、分类的链接及专业搜索引擎、信息动态发布等手段，达到行业信息的系统化、集中化和规模化。

为了发挥网络新闻传播的优势，1999 年内的一个重要事件是中国网络媒体记者登上新闻报道的舞台，一些对外宣传报道网站及新闻媒体网站派出记者对重大活动和事件进行采访，如“温州之窗”记者采访报道“2.14”空难事件；中国网记者采访报道 3 月举行的“两会”；人民日报网络版记者 12 月采访报道澳门回归。

1999 年 11 月 5 日，国内众多网站中又多了一个别具特色的网站“中国新闻传播学评论”（China Journalism Review, CJR），由浙江在线主办。它以网上文库的形式，展现国内新闻传播学研究的最新成果，为新闻传播学研究者提供一个当代最具影响力的传播平台。

随着电子商务热在国内的升温，一些新闻媒体网站也开始涉足这一领域，进行了大胆的尝试。如《北京青年报》与实华开公司合作于 1999 年 11 月 26 日正式推出 ec123 网上商城；《信息产业报》从 10 月 1 日起将所有广告业务全部转为以网上直销的方式进行，率先对传统媒体广告经营模式进行了重大改革；一些报纸网站相继推出在线订报，较为成熟的是浙江日报网站于 10 月 15 日推出的实时支付系统，用户只需通过招商银行的“一网通”，就可以在中国的任何一个地方预订 2000 年的浙江



日报社所出版的 6 张报纸。

新闻网站呼吁建立版权保护规则

市场化运作是中国互联网持续高速发展的最重要因素。到 1999 年初，经国务院批准已投入运营并正在建设的互联网骨干网已达 9 家，其中 5 家可以提供商业服务。截至年底，在接入层已有 520 家 ISP，在市场竞争中，各家 ISP 不断降低接入费用，提高服务质量。商业网站是在市场经济的环境中生存、发展的，兼并、融资、上市等都是最常见的手段。7 月 12 日，中华网在纳斯达克首发上市，这是在美国纳斯达克第一个上市的中国网络概念股。

大量的商业网站在提供信息和网络功能服务方面，想尽各种办法来满足用户的需求，近两年来，用户对网上中文信息匮乏感到不满的状况已基本消除。商业网站涉足新闻发布领域后，本身固然开辟了一个向用户提供服务的新领域并由此获得效益，但也存在种种不规范的运作。主要表现在两方面：一是侵犯新闻媒体的著作权，随意从新闻媒体网站上“扒”新闻，既不打招呼，也不注明出处，更不付分文；二是随意转发国外海外及港台媒体或网站上的新闻，对国内舆论导向产生冲击。

对于前者，新闻媒体网站联手做出了强烈反应。1999 年 4 月 15 日，国内 23 家上网新闻媒体首次聚会北京，对商业网站肆意盗用新闻媒体网站新闻的做法表示了不满，呼吁全社会重视和保护网上信息产权，坚决反对和抵制任何相关侵权行为，建立起网上新闻发布和信息传播的“游戏规则”。会上通过了《中国新闻界网络媒体公约》，各公约单位郑重约定，凡不属于此公约的其他网站，如需引用公约单位的信息，应经过授权，并支付相应的费用，使用时，注明出处，建立链接；各网络媒体无论规格高低，实力大小，实行信息产权面前人人平等。对于后者，网络新闻宣传的主管部门进行了严格要求，相关行政主管部门也出台相应规定，如国家广播电影电视总局 1999 年 10 月发出《关于加强通过信息网络向公众传播广播电影电视类节目管理的通告》。通告明确规定：在境内通过包括国际互联网络在内的各种信息网络传播广播电影电视类节目，须报国家广播电影电视总局批准；在境内通过信息网络传播广播电影电视类节目，不得擅自使用“网络广播电台”、“网络中心”、“网络电视”等称谓；经批准通过信息网络传播的广播电视新闻类节目（包括新闻和新闻类专题），必须是境内广播电台、电视台制作、播放的节目。由此，网络新闻发布的环境得到初步整治。

互联网领域竞争激烈，但在激烈的竞争中进行多方面的合作从而实现双赢、多赢的理念已渐入每一家网站经营者的头脑。基于这种认识，相当多的新闻媒体在 1999 年内与商业 ICP、ISP 之间进行了多种形式的合作。12 月 30 日，36 家网站在 1999 年最后一个工作日签署了《“中国互联网高层发展战略会议”倡议书》。倡议书表明了中国网络信息传播业各方力量只有实行联合才能赢得发展，只有通力协作才能赢得未来的态度，这是新闻媒体网站和商业 ICP、ISP 携手迎接未来挑战的共同宣言。

网络名人开始出现

在中国，进行互联网创业的是一批年轻人，正是他们以激情、自信、活力写下了中国互联网最初的辉煌篇章。这批创业者、领导者自然成为社会知名度很高的人物，如瀛海威的创办者张树新、新浪网的王志东、ChinaByte 的宫玉国等。此时，三大商业门户网站在互联网新闻传播领域的地位和影响力已经形成。从年龄看，搜狐的张朝阳 35 岁，网易的丁磊 28 岁，新浪的汪延 27 岁。他们创办网站才三四年，就已成为中国互联网界叱咤风云的人物。

中国进入互联网时代，网民中的佼佼者不断涌现，亦成为网络名人。浙江宁波姑娘陈帆红¹便是其中一位。她大学毕业后不久便被突如其来的重病击倒，手术后只能坐在轮椅上活动。她以顽强的精神迅速掌握了上网技能，1998 年 5 月建立了个人主页“菜青虫之家”。1999 年坐在轮椅上的陈帆红，勇敢地参加首届“中国网络小姐”大赛，当选为浙江赛区冠军。然而，大赛组委会却以其身体残疾为由，告知她不能以正式代表的身份参加全国决赛。陈帆红愤而退赛。在《钱江晚报》等多家媒体的介入下，赛事组委会最终取消先前的决定。12 月，陈帆红当选为首届“中国网络小姐”，并获得“最佳个人主页奖”。陈帆红以她的刚毅、聪慧、才华和美丽赢得了全体网民的赞誉，也赢得了众多部门的高度评价。

1 陈帆红 2000 年 11 月作为“中国百万网民声援北京申办 2008 年奥运会”活动的倡议人及特使，前往位于瑞士洛桑的国际奥委会总部，将一张刻有中国百万网民声援北京申办 2008 年奥运会的网上签名的光盘送交奥林匹克博物馆收藏。2001 年 1 月，第一本著作《网络与现实之门》正式出版。2001 年 2 月，被《互联网周刊》任命为“跨越 21 世纪数字鸿沟”活动的“数字大使”。2002 年 10 月，赴美国在加州定居。



1999 年中国网络媒体与网络传播

- 1 月 1 日，中央电视台网站正式开通，显示自 1996 年 12 月就已在互联网上建立站点的中国最具影响力的媒体开始加大在网络传播领域中的建设力度。
- 4 月 15 日，23 家上网新闻媒体在北京聚会，对商业网站肆意盗用新闻媒体网站新闻的做法表示了不满和谴责，会上通过了《中国新闻界网络媒体公约》。
- 5 月 9 日，人民日报网络版开设“强烈抗议北约暴行 BBS 论坛”（6 月 19 日改称“强国论坛”），这是国内新闻媒体网站所开设的第一个时政 BBS 论坛。
- 7 月 1 日至 2 日，中国记协在杭州召开“99 中国新闻媒体网络传播研讨会”。
- 7 月 13 日，新华社作为创始股东的中华网在美国纳斯达克（NASDAQ）成功上市。
- 10 月 16 日，中共中央办公厅转发《中央宣传部、中央对外宣传办公室关于加强国际互联网络新闻宣传工作的意见》的通知（中办发〔1999〕33 号），这是中央关于网络新闻宣传工作的第一个指导性文件。
- 11 月 5 日，由浙江日报社主持的“浙江在线”创设的“中国新闻传播学评论”（CJR）网站正式开通，这是国内第一个新闻传播学术网站。
- 10 月，国家广播电影电视总局发出《关于加强通过信息网络向公众传播广播电影电视类节目管理的通告》。
- 新闻网站派出记者对重大活动和事件进行采访，如中国网记者采访报道 3 月举行的“两会”；人民日报网络版记者 12 月采访报道澳门回归等。
- 12 月 30 日，众多新闻媒体网站和商业 ICP、ISP 发出《“中国互联网高层发展战略会议”倡议书》，这是新闻媒体网站和商业 ICP、ISP 携手迎接未来挑战的共同宣言。

延伸阅读：新闻媒体网站设立电子论坛刍议¹

理想的大众传媒应具备一个重要功能，这便是“提供一个交换评论与批评的场所”²。不过，在现实中，大众传媒总是在表达媒介大亨、利益集团、广告客户、政党和政府等各种权势力量的意见，普通公众的意见是没有机会表达的。当商业化的

1 本文原载于《新闻与传播研究》1998 年第 3 期。

2 郑贞铭，1978 年，《新闻学与大众传播学》，三民书局，第 327 页。

大潮席卷媒介之后，留给公众的空间就更加微不足道了。传统传媒制作技术所提供的有限的空间和时间，也制约着公众表达的机会。实际上，大众传媒作为意见市场始终只是一个理想，从来没有成为现实。

近两三年来，传统新闻传媒（报刊、广播电台、电视台、通讯社）纷纷走上了互联网，利用其强大的功能为用户提供新的信息通道和各项服务。当互联网被大众传媒看中并利用，它自身的一个重要特征也成为第四种传媒的重要特征，这就是互动。利用网络的这种互动性，新闻媒体网站创造了吸引受众的新形式，也是它独有的，其他任何媒介在现实中、在技术上都不可能实现的形式——电子论坛。

电子论坛不受时间和空间的限制，任何访问者都可以通过网络在电子论坛上就新闻和社会问题发表和交换意见。一个网站有时会设一个以上的论坛，每个论坛一个热门话题，以便于受众对所关注的热点问题发表见解。

网络为电子论坛提供的时间和空间的延展性，使它能吸纳不分国界的用户广泛参与，并由此造就了在重大问题上迅速形成舆论的能力。就这一点而言，第四种媒介的影响力远非传统大众媒介可比。触手可得的例子是，印尼动乱中华侨受害事件在网络及网络媒介上形成了强大的舆论，并带动了虚拟世界之外的行动。

如果说，对于传统大众传媒，建立公众的意见市场从来都只是一个理想，那么，第四种传媒的电子论坛正在接近这个理想。

本文将讨论新闻媒体网站电子论坛的特点和国内新闻媒体网站开设电子论坛的可行性，为国内上网的新闻传媒提出一个可供考虑的角度。

新闻传媒与因特网在“意见市场”上功能的异同

（一）新闻传媒的“意见市场”功能

国内研究马克思主义新闻理论的著名学者陈力丹在其著作《精神交往论》一书中写道，马克思和恩格斯虽然主要从政治角度考察报刊活动，但也不时从非政治的报刊职业工作角度，发出各种评价性意见。如马克思就曾对当时英国报刊的情况说：“最低限度是 **common fairness**[一般的公正]，即任何一家英国报纸（无论它的派系如何）都不敢违背的这种公正。”¹一般的公正也可译为“共同的公正”，即在报道新的事实、争论双方的观点时，报刊一般所能保持的一种形式上的公平姿态。报刊面对的每一事件都可能会引出不同的看法，报刊本身也会有自己的看法，但作为社会性

1 《马克思恩格斯全集》，人民出版社，第14卷768页。



的传播媒介，它要取得社会的承认，就不能只报道自己的看法和自己偏爱的事实的一方面，而要尽量表现出公平的态度。马克思主持的《莱茵报》、《新莱茵报》对社会上重要的事件从不回避，无论是编辑部赞同的还是不赞同的，像重要的政府文件、党派文件，尽管编辑部持批评态度或有所保留，但都予以发表。只是有时为了防止读者误解编辑部的立场，这类文件发表在编辑部不负内容责任的横线以下。马克思把《新莱茵报》的做法称为“报刊应有的公正态度”¹。由于报刊是广泛的社会交往的媒介，因而，“马克思意识到报刊在许多现实矛盾冲突中可以充当第三个因素的可能性，即指报刊作为不介入矛盾双方的第三者，提供发表意见的场所。在这种情况下，报刊可以成为公正的场所。当然，这种公正不会以绝对纯正的形态出现”²。

在理论上，报刊、广播、电视等新闻传媒作为“意见市场”，提供大众意见与批评的论坛，不仅可使之成为意见的交换中心，更可以强化舆论力量，对政治、社会等问题形成公共监督，防止政府的腐化。媒介也可以因此而提高声望。台湾著名学者李贻德就曾指出“读者投书是充实报纸内容的重要资产”。从报业史观察，报纸本身毫无力量，只有反映舆论及维护读者利益的报纸才具有权威，才是真正的大众的公器。

然而，即便没有政治寡头和媒介大亨的把持，即便没有利益集团和商业利益的干预，传统大众传媒提供给受众的言论空间也是极为有限的。时间和空间的限制，技术处理的局限性，以及对言论发表者文字表达能力、逻辑能力的要求等等，就像最细密的筛子，过滤了大多数的受众意见。

国外相当多的新闻传媒都提供一个反映社会多元化的意见和声音的园地。为了区别于媒体立场，传媒往往会声明，“本版言论不代表本报立场”；而电视台在访谈节目后，也会声明“访谈内容属嘉宾个人意见，与本台立场无关”。姑且不论立场和观点，这些传媒只能在极其有限的时空里让极其有限的声音被听到。

自改革开放以来，国内新闻媒体上的“意见”环境，日渐宽松，各种新闻传媒结合自己的特点，对反映民意和社会多元声音作出了很多尝试，民众的言论空间越来越大。如报纸的小言论、读者来信、专题讨论等，形式多种多样。如《北京青年报》有“杠头茶馆”专栏，称“来者都是客，全凭嘴一张。杠头茶馆专门就事论事，品头论足”。出租车是否应该调价、“婚外恋”是否该定为违法等社会热门话题，读者可发表对立意见。又如中央电视台开办的《实话实说》节目，让观众参与，话题

1 《马克思恩格斯全集》，人民出版社，第5卷203页。

2 陈力丹，《精神交往论——马克思恩格斯的传播观》，开明出版社，第329、330、334页。

包罗万象，既有新闻性的热点问题，也有广泛的社会性话题，涉及生活方式、青少年教育和婚姻家庭，不同意见和观念可以直接交锋。

媒介所发表的受众的言论、批评、意见等，对各级政府发现问题、改进工作发挥了作用。以往政府一项政策出台，新闻媒介往往只是按照统一口径加以报道和宣传，但现在在不同媒介之间也可听到不同声音和反映。不过，国际国内重大问题、方针政策理论问题、社会难点热点问题，民众仍无机会发表见解。

受众可以就哪些主题发表言论以及发表言论的尺度，各国及各媒体自有定夺，依据法律和大众传媒自身的特点，都要受到“把关人”的掌握与控制。

（二）电子论坛和“意见市场”

电子论坛（本节主要指 **BBS**——电子公告版形式）是互联网上的一项大众化的信息服务功能。用户可以在论坛的不同主题下发帖（文章）、提供信息、发表观点、展开讨论。其最大的特点是每一个用户既是信息的获取者，也是信息的提供者，而且用户可以匿名提供信息。因特网上电子论坛的这一特性和功能，使个人表达自由和言论自由第一次真正地实现了。每个人都可以成为自己的出版商，不受任何政治、意识形态、技术、文字和逻辑能力的审查，经济能力的限制与以往相比可以说是微不足道。

将传统新闻传媒和互联网提供的发表意见和言论的功能比较一下，可以看到有以下差异：

功 能	传统新闻传媒	互联网
反映民意的速度	慢	快
受众（用户）参与地域范围	小	大
受众（用户）间的交互性	差	佳
受众（用户）与媒体间的交互性	差	佳
媒体的掌控程度	大	无/小
受众（用户）的言论自由度	无/小	大
受众（用户）提供信息的真实性	高	低
供发表意见的“地盘”	小	大

以 1999 年“全球华人抗议印尼暴徒 5 月暴行”为例，就可看到互联网 **BBS** 的巨大威力。



7 月，北美著名中文网站华渊网（SINANet）发起了“请支援惨遭凌虐的印尼华妇”的“黄丝带”运动。网页上设计了一个打结的黄色丝带的醒目图标，称“印尼华裔的前途就在此一‘系’之间”。网站号召全球华人网民参与这一行动，以电子邮件的传播力量，将“黄丝带”的内容传送给所认识的人，把印尼华裔所受暴行公诸于世，引起国际社会的重视，为印尼华裔争取应有的权利。

互联网迅速地将“黄丝带”这一标志传到了世界各地。世界各地的华人举行抗议集会游行时，参加者无不佩带“黄丝带”。国内不少用户也用电子邮件传递着“黄丝带”，甚至将其链接到自己的网页上。7 月 26 日，香港凤凰卫视《小莉看时事》专题节目，主题为印尼排华、强暴华妇，主持人吴小莉胸佩“黄丝带”悲愤地介绍了印尼华人，特别是华人妇女的悲惨遭遇。由于凤凰卫视在中国国内拥有庞大的受众群，因此印尼华人的遭遇及声援印尼华人的标志——“黄丝带”在国内得到较大范围的认知。尽管国内新闻媒介对黄丝带从未提及，但在群众的几次自发活动中，参加者都佩带了“黄丝带”。这一连接全球华人的统一标志的传播，首先得力于电子邮件及网上论坛。

印尼军人强暴妇女照片——在印尼新闻媒介完全封锁华人遭遇的情况下，网上突然流传开身着印尼军服的暴徒蹂躏妇女的十多张照片，并号召所有电子邮件的收件人接力传送或张贴在网页上。事实上这些照片没有说明出处（何人所拍，何人提供），也没有注明暴行的时间、地点，但几乎所有的人一致相信这就是印尼暴徒对华人妇女的施暴。由于网络，这些照片在极短时间内传遍了全世界华人社区和华人群体，在网络上，并通过网络形成了社会上声讨的怒潮。全球各地华人抗议游行，多举着这些照片，甚至到 8 月，国内的一些报刊还在刊出这些照片（如 8 月 12 日《中国妇女报》以《禽兽施暴，人权何在》为题发表文章，并配发三张照片）。后来有读者指出这些照片反映的是印尼军人在东帝汶的暴行，与五月暴乱无关，印尼方面也有团体指出，这些图片系取自吉姆·奥柏瑞（Jim Aubrey）1998 年所著《自由东帝汶》（*Free East Timor*）一书，但这些照片仍被当作印尼暴徒的罪证而在网上流传。

新加坡《联合早报》电子版主编袁舟因设立《印尼局势读者论坛》看到其巨大影响而深有体会地说：“半个世纪前，中国革命领袖毛泽东曾说，动员了全体老百姓，就造成了陷敌于灭顶之灾的汪洋大海。怎样去进行政治动员？他在其经典著作《论持久战》中教导说要靠口说、靠传单布告、靠报纸书册、靠戏剧电影、靠学校、靠民众团体、靠干部等。毛泽东绝对没有料到，在他身后数十年，电脑网络会彻底改变政治运动的‘持久战’性质。一些华人可在网上一夜间将革命道理传遍全球，动员起各国华人老百姓。难怪有人预测，网络将成政治家的乐土，电子邮件将成为最

强大的政治工具，轻可左右舆论，重可倾覆一国。”¹

新闻媒体网站设立电子论坛，其基本动因不是为了建立意见市场，而是为了吸引受众，扩大市场。作为一种新的媒体形式，而且是未定型的形式，靠什么把受众从传统媒介吸引过来？多媒体是它的优势之一，互动也是它主要的特征。媒介可以利用网络的互动功能、巨大容量、高速传输能力和先进的管理手段，为受众提供参与媒介制作、参与社会政治生活的条件，进而为自身的市场拓展制造机会。

作为传统新闻媒体的衍生物，新闻媒体网站一般遵循原有的编辑方针。其电子论坛虽然是开放的，但往往会设有把关人。和 BBS 站开放式的论坛不同，媒体的电子论坛常常是有主题的。主题多与新闻热点有关，以吸引受众的参与。关于电子论坛把关人如何把关，目前我掌握的资料不多。中国的华声报电子版和新加坡的联合早报电子版都有比较严格的把关。因为这两家报纸都有政府的背景，他们的规则也许是特例。

（三）中国的电子论坛

电子论坛在中国的主要应用形式有两种，一是具有一定规模的 ISP 及一些大学的校园网站开设的 BBS；二是由计算机及网络发烧友或计算机公司开设的民间性的 BBS 站。前者由于接入互联网，因而用户多，影响也大。

当 BBS 初露端倪之际，人们议论最多，也最让有关管理部门关注的正是网上论坛。一旦开设了网上论坛，一系列的问题便接踵而来。如，网络是否应该同目前的新闻传媒一样进行严格管理？用户的言论自由到底可以自由到何种地步？如果论坛中出现不良信息、虚假信息和反动言论，是用户的责任还是 ISP 的责任？论坛管理者删除不良信息和言论是否损害言论自由？这些涉及法律、道德、管理以及相关技术方面的问题，是网络管理者和网络使用者目前仍然面对的实际问题。与传统大众传媒比较容易控制的特点不同，网络中信息空间的控制是一个微妙而复杂的问题。针对这种情况，国内有关部门在 1996 年也曾有过不允许开设 BBS 的动议，但电子论坛毕竟是互联网的一个重要的、不可分割的组成部分，不应该也不可能对其采取完全封杀的办法。

国内开设电子论坛者知道自己提供的不仅是单纯的信息交流的物理管道，由于信息内容还蕴藏着无限风险，他们通常采取五种做法：（1）要求用户做出承诺，保证不在论坛中进行违反中华人民共和国法律和法规的活动，用户对本人的网络行为

1 袁舟，《网上怒吼》，1998 年 8 月 4 日，新加坡联合早报电子版。



所产生的后果自负责任，与 ISP 及论坛管理者无关；（2）论坛管理员对论坛内容进行检查，有权删除任意内容，尤其对反动或色情的帖子格杀勿论；（3）不设立任何涉及政治及敏感话题的讨论主题；（4）对论坛用户进行注册登记；（5）在必要时永久或暂时关闭论坛。

国内新闻媒体网站目前在内容和栏目设置上大多与“母体”保持一致，一些新闻媒体网站在今年世界杯赛事期间开设了论坛，对网上“意见市场”有所尝试。新闻媒体网站的普遍看法是对体育主题比较好处理，但对于其他主题则很难掌控。因此采取十分谨慎的态度，不敢轻易设立。

有的新闻媒体网站小心翼翼地进行着探索。如华声报电子版于 8 月开设了“印尼华人呼救”栏目，内设“真相描述”、“中国反映”、“华人声援”、“读者来信”四个小版块。其中“读者来信”版块虽然规模很小，影响也远不及新加坡联合早报电子版的“读者论坛”，但仍然产生了一定的影响。一些读者在电子邮件中对此倍加赞赏，如署名“华中理工大学计算机系一读者”发来的电子邮件中说：“我早就从教育网的华中理工大学 BBS 上了解到印尼的情况，并看到了照片。这使我十分愤怒，更令人可气的是，除了 Internet 外，中国就毫无反应。贵报可能是第一批作出谴责的报纸，并对印尼华人作出了有力的声援。并且我发现贵报敢于报道别的报纸不敢报道的热点新闻，对此我印象深刻。8 月 3 日我发现了贵报对印尼的报道后，将其 Copy（复制）在清华 BBS 上，引起很多人访问贵报站点，并在 BBS 上发表文章，虽然这些文章都被删掉。以后我要每天访问贵报，我对贵报对印尼华人的声援表示感谢，并希望贵报能让更多的人了解印尼真相，因为据我所知，很多人都不知道。”又如，湖南长沙一对老人发来的电子邮件在开头写道：“今日，从《人民日报》（网络版）进入贵报，看到印尼华人在五月份遭到的惨无人道的迫害，比我们从其他渠道获得的情况更为真实，比某些“外交辞令”的外交交涉更为客观和具体。使我们这一对年近六旬，有 36 年教龄的老教师愤怒至极、寝食不安！”



个案分析：新加坡联合早报电子版的“印尼局势读者论坛”

（一）《印尼局势读者论坛》概况

新加坡联合早报电子版于 1996 年 8 月上网发行，1997 年 5 月全面改版后，影响日增，使以往仅在东南亚地区有影响的中文报纸一举成为有影响的国际性媒体，特别是吸引了大批中国大陆的读者。1998 年 5 月，联合早报电子版首次开设了世界杯读者论坛，初步尝试了电子论坛功能。印度尼西亚 5 月政局发生大动荡，事后得知华人在此期间遭到种种暴行，尤其是大批华人妇女遭到强暴。6 月中旬，一些国际新

闻媒体开始披露，新加坡《联合早报》对此也高度关注，对事态加以连续报道。广大读者纷纷投书（包括电子邮件）报社，对印尼暴徒的暴行和印尼政府的作为表示了强烈的义愤和声讨。电子版敏锐地并且果断地决定设立读者论坛，为全球华人提供一个谴责暴行的园地。

联合早报电子版主编出于对论坛上必然会出现某些不真实信息和某些不负责任言论的考虑，在论坛开设的 7 月 16 日当天，特做出如下声明：“本报无法查对以上读者来信的事实真伪，其言论也不代表本报立场，同时，对来信早报电子版保留选载和编辑的权力，敬请谅解。”

从 7 月中旬到 8 月底的一个半月，论坛共收到 4000 多封读者来信，这些电子邮件来自世界各国，从新加坡本地到东南亚各国，中国两岸三地、北美、欧洲，来信者性别、年龄、职业和身份各不相同。从电子邮件的内容看，大致可分为以下四类：

第一类为传递信息。首先出现在论坛上的来信便是印尼华人的求救呼声和披露他们所遭受到的非人暴行。邮件往来传递信息的时效惊人。这里刚有中国读者问“那个公开叫嚷保护人权的美国哪里去了”，大洋对岸那边就有人送来克林顿和戈尔的公开电邮地址。为了便于向读者在网络世界向印尼政府发出抗议，也有人提供印尼总统哈比比的个人网站网址和公开电邮地址。总之，从 7 月中旬到 8 月底，围绕印尼迫害华人事件，一有什么新动态，论坛上马上就有信息传递，论坛在这里起到了一个信息枢纽的作用。

第二类为谴责暴行。在论坛开设的初始阶段，读者来信大多是抗议印尼在 5 月事件中迫害华人，尤其是对华人妇女的施暴兽行，纷纷要求印尼当局彻查暴行、严惩暴徒，要求今后不再发生类似事件，还华人一个平等的人权。随着局势的演进，读者来信集中到对印尼当局出尔反尔、毫无信义的无耻嘴脸的揭露和批判上。

第三类为提出建议。相当多的来信对于印尼华人的遭遇和处境提出建议和对策。如一印尼读者吐露想移民的心愿之后，便有数十封中国来信督促同胞快快逃到中国大陆、香港或者台湾。某海南岛读者的劝离信写道：“60 年代受迫害的印尼华人部分回到中国的海南岛，几十年来他们过着虽然并不富裕但安心恬静的生活。作为海南岛的居民之一，我欢迎受苦受难的印尼华人同胞来海南定居，用我们辛勤的双手建设好这片土地，世代安居乐业。”也有相当多的来信对国际社会和中国政府及台湾当局究竟应采取哪些有效措施去帮助解决印尼华人面临的困难提出种种建议。

第四类为探讨问题。随着时间的推移，这类来信数量最多，而且不少是长篇大



论。出于不同立场和角度，读者间也常展开争论。如对印尼华人该不该离开印尼、中国政府该不该采取强硬态度和制裁措施、北大学生该不该游行，乃至台湾市议员在抗议活动中打印尼领事耳光对不对等话题，都在激烈的论辩中。许多文章则对这一事件做了更深层的思考：为什么在 20 世纪末印尼华人还会遭到如此暴行和污辱；战后犹太人的命运发生了改变靠的是什么；中国与海外华人的关系应该怎样等等。

《联合早报》电子版设立《印尼局势读者论坛》在全球华人社会中产生了巨大的影响。相当多的读者在来信中称，他们被这一论坛的开设所感动。特别应该指出的是，该论坛吸引了不少中国内地的读者，甚至可以说，国内读者是该论坛的主要的意见表达者。从留下落款注明地点的来信中，可以发现来信地址从南到北，从大城市到中小城市均有，不同职业、不同年龄的国内读者踊跃地聚集到一个外国的新闻网站的论坛上。这一事实或许可为国内的新闻网站提供借鉴并留下思考。

（二）《印尼局势读者论坛》的运作

为了了解该论坛创立的思路、运作的原则和主持者的体会，笔者于 8 月 8 日以电子邮件的方式对《联合早报》电子版主编袁舟先生进行了采访。袁舟于 8 月 10 日也以电子邮件作答。以下是有关论坛的问答录。

◎问：贵报是如何想到在电子版上开设读者论坛的？

答：印尼今年五月发生排华骚乱和强暴华人妇女事件之后，联合早报电子版陆续收到有关读者的电子邮件，各地华人对印尼发生的这种不人道事件，表示出强烈的义愤。很多读者发表评论谴责这种行径，还有读者十分关心印尼华人同胞的处境。在这样的情况下，我们产生了一个想法，为读者开始一个讨论园地，使大家有一个发表个人意见的机会，同时，也帮助各地华人了解印尼华人的境遇。印尼局势讨论区于 7 月 16 日傍晚开通，当晚就收到二三十封读者来信。

◎问：到 8 月 10 日总共收到多少封来信？刊出了多少封？中国国内的来信情况如何？

答：自 7 月 16 日以来，讨论区每日收到读者来信 100 封左右，周末略少一些。到 8 月 10 日，已收到 2000 多封来信，大多是长篇大论，看得出作者都颇费心思。我们到 8 月 10 日为止共刊出 380 封来信。其中，有半数来自中国大陆，还有相当一部分来自在欧美、日本和澳大利亚学习工作的中国人。印尼、马来西亚、中国港台等地的华人来信只占 20% 左右。在中国读者的来信中，以北京地区来信最多。

◎问：刊出与不刊出及做某些删节的原则是什么？

答：我们创办讨论区的初衷，是为了给读者一个发表个人意见、更好了解印尼局势的机会。虽然大家可以在现有网上论坛和聊天室畅所欲言，但也存在良莠不齐、鱼龙混杂的

情况，不太适合严肃的读者，而且也难保证讨论质量，使读者上网有所收获。作为一个负责任和拥有广泛华人读者的电子报刊，面对这样一个严肃的重大国际事件，我们觉得有必要从一开始，便采取措施使我们的讨论质量更高一些，有别于一般消遣性的网上聊天室。因此，一方面，我们声明：本报无法查对读者来信的事实真伪，其言论也不代表本报立场。另一方面，我们对读者来信保留选载和编辑的权力。对说理的、提供信息的、行文完整的来信，我们一般都予以刊出。大量的来信是喊口号式的，比如“强烈要求……”之类，这种来信我们在开始时刊出几条，以后有重复性的来信，便不予刊登。对于那些情绪化的、有种族偏见的、对参加讨论的网友进行人身攻击的，或者和印尼局势无十分关系，但要借题发挥的来信，一般不刊出或者予以删节。总的说来，读者对这种组织讨论形式还是持肯定态度的，不刊出或者删节并不影响大家继续投稿的兴趣。只有少数大陆作者来信，要求编辑“高抬贵剪”，不要再把其文章裁得支离破碎，而愿文责自负，或者要求看到所有来信。

◎问：你感到设立论坛遇到的突出问题是什么？

答：第一、网上讯息太多，真伪难辨。因此，即使我们采取了选刊和删节的方式，也不能保证讨论区中传达的讯息准确无误。如5月以来，印尼华人向一切有关机构和人士的电邮地址反复发送了身着印尼军服的暴徒蹂躏据说是华人妇女的照片，并号召所有收件人接力传送，对世界范围内千百万网上读者产生了强烈的震撼，并引起新闻媒体的关注。不少人就是因为看到这些图片后，才来早报电子版讨论区声讨暴行的。但后来有印尼读者主动指出这些照片反映的是印尼军人在东帝汶的暴行，而与5月暴乱无关。直到8月中旬，还有读者说是看到了暴徒蹂躏印尼华人妇女的照片，因而义愤填膺，要铲除暴徒等等。不管传送这些照片人士的动机如何，我们认为，散布虚假资讯总是不负责任的。第二、部分读者尚缺乏民主讨论的习惯，容不得不同的意见，常常由于争执，而渐渐发展到人身攻击，破坏了讨论的气氛。从这个角度来讲，我们进行有控制的网上讨论是明智的决定，至少在很大程度上避免了同胞相互攻讦、让印尼暴徒笑话的局面。

◎问：你对设立论坛有哪些体会？

答：有人预测网络将成为政治家的乐土，电子邮件将成为最强大的政治工具，轻可左右舆论，重可倾覆一国。比尔·盖茨在《未来之路》一书中，预测由于电子邮件和网上论坛的出现，将使人们以极高的效率进行一对一、一对多和多对多的人际交流。因此组织政治活动变得轻而易举，志同道合者可随时随地在网络上集会，而不必担心花费或活动的规模。而且由于避免了人与人之间交流时常有的尴尬，网上讨论者更易畅所欲言、踊跃参政。美国《纽约客》杂志曾登漫画讽刺这种现象，上有一犬端坐着打字，说明是：“在因特网上，没有人知道你是一条狗。”早报电子版的印尼局势讨论会吸引了成千上万的世界华人参加，充分证明了网络技术的强大政治功能。但是网络也会带来弊端，散布虚假、有害的



资讯既方便又迅速。因此，有必要尽早立法，制订网上发布资讯的行为规范，使组织者和参加者都有法可依。

◎问：设立论坛后是否工作量大为增加？是否增设专人处理来信？

答：到 8 月中旬，基本上由早报电子版主编亲自处理这些来信，决定哪些来信是否刊登，或是需要删除不妥部分，由于读者来自世界各地，时间不同，所以每日从早到晚都在不停地查阅读者来信，做到及时处理。有时，另一个半球的读者在新加坡时间半夜传来稿件而不见及时刊出，便以为我们没有收到其大作，而反复传同一个来信。

◎问：今后是否还会以适当话题设立论坛？

答：网上讨论是电子报刊的一个重要特点。在这个方面，我们刚起步，才搞了世界杯赛和印尼局势两次讨论，尚处于积累经验阶段。今后将就具有广泛兴趣的课题，组织读者讨论，给大家一个畅所欲言的机会。在形式上可以更加活泼一些，如可以就讨论内容分门别类，方便读者讨论，寻找各自感兴趣的话题。

联合早报电子版主编根据整个局势及论坛讨论情况，决定从 8 月下旬开始淡出。

截至 8 月 31 日，论坛共刊出读者来信 600 多封。特别需要强调的是，联合早报电子版所设立的这一论坛，对扩大自身的影响力和提升自身的声望具有非同小可的作用。

国内新闻媒体网站可以借鉴的经验和规律

新加坡《联合早报》是一家有政府背景的报纸。他们的经验于我国的媒介颇可借鉴。新闻媒体网站利用网上论坛的功能，提供比“母体”大得多的言论空间，对其电子版的发展是非常重要的。但是，新闻媒体网站不需要像网上一些专门让人自由放言的论坛那样，完全放手任由论坛形成“无政府主义”状态。鉴于我国新闻媒体的社会环境，及其网站与母体的不可分割性，它的电子论坛是需要过滤制度的。如果因为电子论坛可能出现的无政府状态而舍弃这一网络媒体最重要的特征，我认为极为不智的。因为媒介电子版目前仍然是一种新鲜事物，远没有建立起自己的市场，与传统媒介争夺受众更是处于敌强我弱的局面中。在这种情况下，求生存的路只有一条，就是发挥优势，加强管理。新加坡联合早报电子版即是一例（其目的是通过向民众提供自由讨论和发表意见的场所，而将事由从各种角度全盘托出，形成周全的看法，同时使意见得以净化）。

新加坡联合早报电子版设立《印尼局势读者论坛》的另一条重要经验是，新闻媒体网站的访问量，主要是受新闻事件的推动。随着印尼局势变得扑朔迷离，尤其是华人妇女受强暴的指控找不到证据，或者是因为受害者不敢站出来，读者在迷惑

中兴趣开始逐渐消退。这说明就印尼局势讨论而言，除非再发生重大新闻事件或者调查出现重大转机，否则读者不会像七八月时那样踊跃地参加讨论。也就是说论坛的成败与议题设置有关。1998年9月12日，美国国会决定在网上公布独立检察官斯塔爾关于克林顿性丑闻的调查报告后，顿时成为全球最大新闻。新加坡联合早报电子版再次不失时机地当日便开设了读者论坛，请读者就“你认为克林顿会不会下台”这一主题发表各自意见和看法。果然读者响应热烈，各抒己见，再掀网上论争高潮。

新闻媒体网站的优势是新闻报道。抓住重大新闻设立论坛，就与自身的优势结合起来了。

从目前来看，以下三点可以保证论坛的正常运作：① 设定讨论主题，限制讨论范围；② 做出网站声明，保留网站权利——声明网民在论坛上发表的言论不代表网站立场，也无法对网民提供的信息真实性加以核实，行使对网民的帖子进行删除或编辑的权利；③ 网站在技术上掌握和控制——删除超出主题、不遵守论坛规定和不讲网络道德的帖子；对某些内容尚可、表达欠缺的帖子则进行精简及编辑，其原则是不影响提供者的本意。

设立主题很关键。从目前国内实际出发，新闻媒体网站完全可以从当前社会普遍的话题展开，并不一定要选择那些敏感的时政话题。中央电视台的《实话实说》栏目，选择的都是百姓关注又有异议的主题。其实可选主题范围很广，如中央电视台每年的春节晚会结束后，新闻媒体通常是一片赞扬声。现在中央电视台有了网站，能否适时地开设论坛，让观众对晚会说三道四、品头论足，从各方面提出意见甚至是很尖锐的批评？一些报纸展开的住房改革讨论、下岗再就业讨论、电信业收费和服务质量等问题的讨论、即将修订的法律如《婚姻法》中关于对“第三者”因素处理的讨论、关于向“三陪女”收税的讨论等等，其网站都可以依据“母体”的报道、讨论而适时地设立专门论坛。自然，网站上的讨论在意见的宽泛度和言论的开放度上应比在“母体”上讨论时要大。

小结

本文的主要结论如下：

（1）网络为公众的言论自由和表达自由提供了前所未有的空间。新闻媒体利用网络技术，建立电子论坛，服务于公众的表达权，是向其理想中的社会公器功能之一——“意见市场”功能迈进了一步。新闻网站依据重大新闻事件的发生，适时地设立网上论坛。不仅能够实现其反映民意、形成舆论的社会功能，对于扩大网站的影响力也具有重大意义。



（2）在提供“意见市场”方面，新闻媒体网站与“母体”的表现形态和特质有很多不同，网站所提供公众的言论空间应比“母体”大，这不仅是指有更多的公众能够利用网络的便利和容量，获得表达的机会，同时也是指，公众能够在网络上就更广泛的题目，发表更多元的意见，而媒介则提供给公众更方便的技术手段。

（3）国内新闻媒体网站对开设网上论坛应持积极探索的态度，依据国外的成功经验，可采取以下三种办法对网上论坛加以掌控：① 设定讨论主题，限制讨论范围；② 做出网站声明，保留网站权利；③ 在技术上对超出主题的帖子、不遵守论坛规定和不讲网络道德的帖子予以删除；对某些内容尚可、表达欠缺的帖子则进行精简及编辑，其原则是不影响提供者的本意。

2000 年

新闻网站矩阵着手打造

在党中央关于互联网新闻宣传事业发展纲要的布局下，在三年时间内打造全国新闻网站矩阵的任务在今年启动，此举目的是要尽快改变网络传播格局中新闻网站的落后被动局面。同时，网络传播管理进入新阶段，其标志性事件是国务院新闻办公室正式成立网络新闻宣传管理局，并于 2000 年 11 月 7 日与信息产业部共同发布了《互联网站从事登载新闻业务管理暂行规定》。

党中央布局新闻网站发展

2000 年内，中共中央总书记、国家主席江泽民在党的会议上，在接受外国记者的采访中，在计算机领域国际会议上曾四次论及互联网，时间顺序依次为：5 月 17 日，在北京接受美国《科学》杂志主编埃利斯·鲁宾斯坦独家专访；6 月 28 日，在中央思想政治工作会议上发表重要讲话；8 月 15 日，在北戴河接受美国哥伦比亚广播公司“60 分钟”节目主持人麦克·华莱士的专访；8 月 20 日，在第 16 届世界计算机大会开幕式上发表讲话。江总书记在不同场合如此集中、全面地论述互联网是前所未有的。谈话、讲话内容不仅在党内、国内，即使在国际上也引起了广泛注意。而这些谈话、讲话无疑是中国推进互联网发展及对网络新闻及信息传播实施管理的指导原则。

1 月 27 日至 29 日，由国务院新闻办公室召开的国内首次互联网络新闻宣传工作在北京举行。这是新闻媒体在网络传播领域展开大动作的决策会、布局会、动员会，2000 年新闻网站大发展大提高的序幕由此拉开。



3 月底，《国际互联网新闻宣传事业发展纲要（2000—2002 年）》正式形成，中宣部、中央外宣办于 5 月 9 日下发。这一文件提出了互联网新闻宣传事业建设的指导原则和奋斗目标，并确定了首批重点新闻宣传网站：中国互联网新闻中心、人民日报、新华社、中国国际广播电台和中国日报（*China Daily*）。

8 月 9 日，人民日报在头版发表“本报评论员”文章《大力加强我国互联网媒体建设》。文章指出：“面对互联网的快速发展，摆在我们面前的一个重要任务就是，加快信息传播手段的更新改造，重视和充分运用信息网络技术，大力加强互联网媒体建设，加强网上新闻宣传。这是一个带有全局性的重大而紧迫的课题。”

不少中央领导同志对网络媒体的建设给予了高度重视，7 月 24 日，政治局常委、国务院副总理李岚清视察了上海东方网。主管部门的领导如中宣部长丁关根、国务院新闻办主任赵启正等同志更是在视察、调研及讲话、文章中对于新闻媒体网站的建设工作一再给予明确指示。如丁关根部长在 7 月 16 日考察中国青少年计算机信息服务网时指出，我们对于网络传播有两句话：“对内要以正确的舆论引导人，对外要树立中国的良好形象”。9 月 12 日在新华社网络新闻宣传工作会议上讲话时要求新华社举全社之力办好新华网。人民日报社长许中田曾在文章中透露：“7 月中旬，丁关根同志主持召开了网络新闻宣传工作情况汇报会，研究解决网络宣传工作中出现的具体问题；8 月初，中宣部再次召开会议，检查落实情况。这充分说明，中央对加强网络建设、网络宣传和管理的工作非常重视，这项工作刻不容缓，必须抓紧、抓好。”¹正是在这样一种态势下，新闻媒体网站建设工作在 2000 年出现了大干快上的局面，力图尽快结束在低水平徘徊的状况。

新闻网站建设力度加大

年内出现的“新闻网站建设热”有以下五个特点：

（1）众多新闻媒体网站加大投入纷纷改版甚至一改再改，在新闻和信息内容提供、在网络服务功能提供、在基础设施的改善包括带宽的扩容，在自身内部资源的整合和自身机制的调整、在利用多种广告形式广为宣传自己等诸多方面，全方位地呈现出前所未有的新面貌。

1 许中田，《大力加快网络建设，切实做好网络宣传》，载于《新闻战线》2000 年第 9 期。

（2）众多有实力的主流新闻媒体网站纷纷改称“×××网”，并以新的域名与之相配，显示了将今后的发展定位于以新闻主打的大型综合网站，亦显示经过5年的摸爬滚打，国内新闻媒体网站的整体水平和实力已提升到一个新的阶段。

（3）北京千龙新闻网、上海东方网、天津北方网的开通，以及组建中的广东南方网（不再由南方日报报业集团经营运作）等，标志着区域内众多主流新闻媒体合力共建大型传播平台模式的诞生。

（4）除发达地区的一些县级新闻媒体开始出现上网势头外，新疆、西藏等西部地区的新闻媒体也开始上网，甚至以独立域名建立自己的网站，年内，我国内地所有省、自治区行政区域内均有上网新闻媒体。

（5）众多新闻媒体网站实行公司化运作，力求迈出办传统媒体的老思路和老办法，尽快找到适于网络媒体发展的赢利模式。如《中国计算机报》网站经过运筹成立赛迪网信息技术有限公司，并于3月23日正式推出赛迪网；“中青在线”于5月15日正式推出之际，宣布网站由北京中青在线网络信息技术有限公司经营，按市场规则独立运作；6月28日，北京青年报网络版改版，并启用新域名 www.ynet.com，亦宣布由新成立的北京青年报网际传播技术有限公司负责其经营；新华网则由正式注册的新华网络有限公司进行经营；东方网的建设从一开始就具有典型意义，它采取了多元化的投资结构和企业运作模式，具体方法是由上海新闻单位联合东方明珠股份有限公司、上海信息投资股份有限公司共同发起成立上海东方网际传讯股份有限公司并注册东方网，公司按照股份有限公司的原则建立完善的法人治理结构，网站总投资达6亿元，其中东方明珠持股占30%，为第一大股东。东方明珠董事长明确表示：东方网从成立的第一天起，即按照上市公司的要求进行运作，上市是网络公司比较好的选择之一，东方网也必将走上这条路。

尽管新闻媒体网站在年内有了长足进步，但依旧面临着进入良性循环期的诸多困难和巨大挑战，尤其是整个互联网业目前处在低谷盘整期，在经历了“冷夏”、“寒秋”之后，“严冬”或许更为漫长，这意味着为达到未来回报的那一天需要更多更长久的付出。使“传统媒体是赚钱的媒体，网络媒体是赔钱的媒体”这一判断发生转变，国内的新闻媒体网站还要准备打多年的“持久战”。



网络传播研究“热”出现

年内的“网络媒体热”，带动了相关的研讨活动。方方面面所举办的涉及网络新闻传播的会议及活动一个接一个，其中规模和影响重大的要数 4 月 20 日在北京召开的“21 世纪中国互联网大会”，出席这一盛会的国内外互联网界的代表多达 800 人。会议由中国互联网络新闻中心、新华网、新浪网、中国经济信息学会联合主办，组委会成员则包括中央电视台网站、光明日报网站、中新社网站等国内著名新闻媒体网站的代表。而“纯”新闻媒体网站的聚会，规模和影响最大的当数中国记协和上海市委宣传部于 6 月 18 日至 20 日在上海举办的全国新闻媒体网络传播研讨会，这是继 1999 年 7 月杭州会议后，第二次全国性的新闻媒体网上发展研讨会。近百家媒体网站负责人及相关人士，围绕媒体网站的自我成长、与商业网站的关系、网络新闻的采编规律、大型新闻网的运作、网络版权保护、网络新闻人才及媒体网站的技术等七大热点问题进行了深入研讨。在这次会上，中国记协向全国新闻媒体发出创办“中国传媒网络论坛”的建议，称这个论坛以推进中国媒体网站建设和发展为宗旨，每年至少举办一次年会，由媒体网站轮流承办。11 月 14 日至 16 日，在台北举行的第六届海峡两岸及港澳新闻研讨会也以“网络时代对新闻传播的冲击”作为研讨会主题，两岸四地的 72 位新闻工作者和新闻学者就“传播媒体如何应网络时代的来临”、“传播媒体在全球化趋势下如何保护中华文化”以及“网络新闻的问题与自律”三个子题进行了深入研讨，显示了两岸四地新闻媒体在网络时代如何发展所面临的共同课题。

同样，“网络媒体热”亦带动了“网络新闻传播教育热”和“网络新闻传播研究热”。代表性事件如：4 月 30 日，北京广播学院成立全国首家网络传播学院；6 月，由清华大学国际传播研究中心主编的国内首部网络新闻研究专著《网络记者》出版；6 月 28 日，全国第一个网络新闻传播班的 22 名本科毕业生在华中科技大学新闻传播学院接受学位；9 月 15 日，“现代传播评论”新闻传播学术网站开通等。

新闻传播学术刊物上，有关网络新闻传播研究的文章随处可见；全国各新闻传播院系本科生、硕士生以网络新闻传播作为自己学位论文的论题也比比皆是，而毕业后进入网站工作的本科生、研究生人数亦相当可观。

当然，在这一片火热景象的背后，也要冷静地看到不足和弱势。今天的教学和研究基本上停留在新闻学传播学向网络传播领域延伸和扩展的阶段，建构以网络传

播为本体的教学和科研体系，则需要今后有所创新。

网络传播管理进入新阶段

早在 1997 年 5 月，国家就明确了积极支持、促进发展、宏观指导、归口管理的方针，并授权国务院新闻办公室为归口管理机构。2000 年 4 月，国务院新闻办公室正式成立网络新闻宣传管理局，负责统筹协调全国互联网络新闻宣传工作。其主要任务是负责规划国家互联网络新闻宣传事业建设的总体布局并实施；组织开展互联网络重大新闻宣传活动与开发重点信息资源；研究互联网络舆情动态，把握互联网络新闻宣传的舆论导向；拟定互联网络新闻宣传管理方针，政策和法律法规；对开办新闻宣传网站或栏目进行资格审核，组织搜索互联网络重要信息，抵御互联网络有害信息的思想文化渗透；组织新闻宣传网站开展国际交流与合作。在国务院新闻办成立网络新闻管理局之后，各省、自治区、直辖市新闻办也陆续设立了相应机构，形成了自上而下的管理体制。

9 月 25 日，国务院第 31 次常务会议审议并通过了《互联网内容服务管理办法(草案)》。该管理办法于 10 月 1 日正式发布。11 月 7 日，国务院新闻办公室、信息产业部发布了《互联网站从事登载新闻业务管理暂行规定》；同日，信息产业部发布了《互联网电子公告服务管理规定》。由此，我国以行政法规的形式将网络新闻传播纳入了法制化管理的轨道，以往网络新闻传播自由无序的发展也就此画上句号。

网络新闻管理办法的出台与中国整个传播大环境是一致的。年内，对于报刊和广播电视媒体亦加强了管理力度，主要体现在 5 月出台的《关于建立违纪违规报刊警告制度的意见》和 9 月出台的《关于建立违纪违规广播电视播出机构警告制度的意见》。网络既然从新闻和信息传播的角度看具有“媒体”的性质，故在政府看来加强新闻传播领域的管理也是题中应有之义。由于网络新闻管理办法酝酿已久，且有关部门事先曾广泛征求意见，因此业界特别是涉足网络新闻传播领域的商业网站，对管理办法的出台并不感意外。网络媒体和网络新闻传播毕竟是一个全新的而且是快速发展的事物，何谓“网络媒体”，何谓“网络新闻”，以及加强管理与促进发展、政府管理与业界自律、管理的有效性等等方面，均存在大量理论、认识与实践的问题有待解决。因此，管理办法发布之日，国务院新闻办新闻发言人在接受新华社记者采访时说：“目前发布的是一个暂行规定，今后我们将根据新的情况逐步修订完善。”



2000 年中国网络媒体与网络传播十大事件

- 1 月 27、28 日，由中央宣传和外宣领导部门召开的首次互联网络新闻宣传工作会议在北京举行，这是 2000 年乃至 21 世纪初中国新闻媒体在网络传播领域发展的决策会、布局会、动员会。
- 4 月，国务院新闻办公室网络新闻宣传管理局成立，随后各地新闻办也相继成立相应的机构，这标志着对网络新闻传播管理在体制上已基本完善。
- 4 月 30 日，北京广播学院成立全国首家网络传播学院。
- 5 月 9 日，中宣部、中央外宣办于 5 月 9 日下发了《国际互联网新闻宣传事业发展纲要（2000—2002 年）》，这一文件提出了互联网新闻宣传事业建设的指导原则和奋斗目标。
- 北京“千龙新闻网”（5 月 8 日）、上海“东方网”（5 月 28 日）、天津北方网（12 月 19 日）相继开通，标志着我国大型网络新闻传播平台的建立。
- 5 月 15 日，中国青年报网络版改版“中青在线”，网站由北京中青在线网络信息技术有限公司经营，这是以公司化运作的首家中央级新闻媒体网站。
- 新浪于 4 月、网易于 6 月、搜狐于 7 月先后在美国纳斯达克上市。
- 11 月 7 日，国务院新闻办公室、信息产业部发布了《互联网站从事登载新闻业务管理暂行规定》；同日，信息产业部发布了《互联网电子公告服务管理规定》。由此，我国以行政法规的形式将网络新闻传播纳入了法制化管理的轨道。
- 11 月 28 日，《拉萨晚报》以独立域名上网，这标志着我国内地所有省、自治区行政区域内均有新闻媒体网站，也标志着西部地区新闻媒体网上发展的良好势头。
- 12 月 27 日，新浪和搜狐正式获得国务院新闻办公室批准的登载新闻业务资质，成为获得这一许可证的第一批商业网站。

附：网络新闻传播管理的原则、办法和思路

2000 年 7 月，笔者在所写《中国网络媒体的发展》一文中，根据媒体报道归纳了国务院新闻办公室官员在公开讲话中所提到的网络新闻传播管理的原则、办法和思路：

（一）中央新闻机构、中央各部门新闻机构、各省属新闻机构建立网站和上网，都要按规定向有关网络新闻管理机构申请，按一定的程序办理。军队新闻机构建网

站和上网，驻外使领馆建网站，也要报批和报备。新闻网站不能搞低水平重复建设，要避免一哄而起，盲目投资，浪费资源。

（二）商业网站从事新闻传播活动，必须先得到各级新闻办公室的批准，在取得新闻发布的资格证书后，才能到信息产业部领取 ICP 经营许可证。先期已开展网络新闻传播活动的商业网站要补办有关手续。商业网站发布新闻资讯，是对主流媒体新闻传播工作有益的补充，主流是好的，应该继续扶持，不能扼杀它，但同时必须加强引导。

（三）网络新闻传播应当符合全面、准确、真实的原则。允许商业网站转载传统媒体及其网站的新闻及信息，但要事先与被转载的机构签订合作协议，取得转载授权后方可转载。这样一来可以保证知识产权得到保护，二来可以更好地保证新闻的真实性和正确的舆论导向。

（四）目前商业网站不拥有新闻采访权，仅仅具有新闻编辑权，即在得到相应传统媒体许可的前提下，可以转载传统媒体的新闻，并可以对题目进行编辑，在进行内容编辑时应以不改变和损害原文内容为前提。

（五）记者只需领有合法的记者证件，就可从事传统媒体或网络的新闻报道。现阶段尚没有对商业网站发放记者证的考虑，但不排除以后条件成熟时做这件事。对一些商业网站目前单独发布一些言论、评述和网友、通讯员及专业撰稿人写的文章等做法，以后会对这方面做出规定，比如说“谁发布谁负责”的原则，但目前尚不会采取明令禁止的做法。

（六）外资介入网络新闻传播，目前也正在考虑制定相应的规定。但不论是谁，都不能违背正确的舆论导向。无论是合资还是外方独资，只要得到批准允许开办新闻栏目，都将享受同样待遇。

（七）传统新闻媒体网站的对外融资活动，目前还没有明确规定，但总的态度是既不提倡，也不禁止，允许进行多种形式的探索。

（八）国家有关网络新闻传播的管理办法短期内不会出台，但是没有管理办法并不等同于没有管理。目前，网络新闻管理局已实施有效的管理。网络管理规范不会走到网络传播发展的前面，但也不会脱离现状。



延伸阅读：全球化时代中文网络的价值¹

随着两岸四地网络业的蓬勃发展，以及遍布于世界各地的华人以母语所开办的网站的兴起，使中文在互联网上所占的比例迅速提高。中文正在成为仅次于英文的世界第二大具有经济价值的文种。本文围绕中文网络（本文所说的中文网络系指互联网上中文 Web 站点及其他网络传播形态如中文电子报、中文 BBS、中文新闻组等的集成）的兴起与发展、中文网络的特点、中文网络在全球化²时代的价值等问题，进行了描述和论述。

当 20 世纪即将结束之际，人们不免要从不同的角度对这翻天覆地的百年进行回顾。正如今天中国和国外海外的新闻传播学者聚集在这里，对百年新闻传播的发展进行回顾和评价，对即将来临的新世纪给予展望。

20 世纪是传媒业飞速发展的世纪，是新媒体不断涌现的世纪，尤其是进入 80 年代后，更进入“传播工具的革命”时期。其发展变化的结果，便是使“地球村”这一由著名传播学者麦克卢汉（McLuhan, Marshall）60 年代的预言在世纪末变成了人们能够深刻感受到的现实。而迅速崛起并给予人类生活和世界传播业巨大影响的互联网，无疑是本世纪末最令人瞩目的事物。可以预料，在即将到来的 21 世纪，它将更加深刻地改变世界的面貌。

互联网是全球化的有力推手

全球化无疑是今天我们所处时代最显著的特征之一，而且呈现出不断强化的发展趋势。

今年美国《外交政策》季刊夏季号刊有乔治·梅森大学公关政策教授弗朗西斯·福山的长文《新时代：难以命名》。文章指出：“为我们的新时代起名导致一大难题：所有的有趣选择从某种意义上讲都是不精确的，而精确的选择则已经是陈词滥调。从许多意义上讲，同任何政治字眼相比，“全球化时代”都是一个远远准确得多的标签。当今的全球化与 100 年前是迥然不同的。它是由技术，特别是廉价的通信技术所推动的。这种技术使国界除了无法阻挡金融资本的流动之外，也无力阻挡思想、

1 本文原载于《新闻与传播研究》2001 年第 1 期。

2 “全球化”是一个使用非常广泛的概念，目前通常有两种指涉：（1）主要指经济领域各国市场和各地区性市场的一体化；（2）社会、人文学者则视为一种进化过程，即一个由诸多过程构成的巨大而多面的复合体，牵涉到人类生活的各个方面。本文所用“全球化”概念为第二种指涉。

文化和图像的渗透。虽然金融全球化可能仅仅影响到为数有限的国家里的少数精英，但是思想和信息的全球化却触及了世界上最偏远地方的村庄和靠狩猎采集为生的部落。¹

尽管人们可以从不同的角度勾勒全球化的面貌，不同学科的学者可以为全球化下各种定义，但都无法否定这样一个事实：媒体在全球化过程中扮演着推手的角色。“在传播科技的驱动下，媒体产品跨越了国界，进入了世界各地的家庭之中；而这种外来的媒体讯息影响了本地媒体产品的生产、需求和消费。此外，媒体也是商业广告的发动机，而商业广告则带动了全球性的贸易活动。不仅如此，媒体传达了价值体系，与在地的阅听人产生了难以预料的互动结果。媒体（特别是电子网络）甚至提供了不同国家的人们进行联盟的潜在可能性。”²

从 90 年代中期起，互联网风行全球，到 20 世纪末，短短几年时间，已基本将世界上所有的国家和地区“一网打尽”。它的出现和发展，对全球化进程无疑起着巨大的作用。

互联网从它诞生的那天起，就建立在完整的西方文明的基础上，美国利用其技术强势、文化强势和信息强势，自然造就出了当今它在网络传播中的强势，在互联网中也明显地显露出“传播霸权主义”的印记。单从文字上讲，英文也已成为网络中的第一文种和强势文种。

文字是一个国家和民族传承本土文化的载体，英文在互联网中占尽优势的状况，始终是人们高度关注的问题之一。因为在全球化语境下如何尊重、保存并发扬文化的多样性，是各国各民族面临的重要课题。

中文是传承中华文化的载体

中文（这里指汉字）历史久远，目前公认的汉字系统的源头是以殷商甲骨文为代表的系统文字。然而，考古新成果证明，甲骨文并不是中国最古老的文字，其来源还可以上溯。大陆考古专家经过十多年的研究后认定，山东省东南部的一种刻画在陶器上的符号，是迄今发现的最早的文字。其年代距今已有 4800 多年。这一结论将中华民族发明文字的历史推前了大约两千年。专家们将这种文字定称为“大汶口文化（公元前 4500 年到公元前 2500 年）的陶尊文字”，或“大汶口文化发现的图像

1 弗朗西斯·福山，《新时代：难以命名》，中文译文载 2000 年 8 月 12 日《参考消息》，题目为《为新时代命名专题（一）》。

2 魏玟，《全球化脉络下的阅听人研究》，载台湾《新闻学研究》第 60 期第 98 页。



文字”。¹

汉字是中华文明的瑰宝，是记录中华文化的主要符号系统，它不仅使五千年的中华文化得以传承，并且在其发展中传播到周边国家，形成了汉字文化圈。历史证明，一种语言的消亡也就意味着一种文化的消亡。中国在亚洲东方，其文化始终居于中心地位，最主要的标志之一，就是汉字的支撑。大陆著名文字学家何九盈指出：“汉字文化代表一种精神，这精神是什么？可以有多种回答，最简明的回答就是：民族魂。”²

台湾著名学者余光中也曾动情地写道：“无论赤县也好神州也好中国也好，变来变去，只要仓颉的灵魂不灭，美的中文不老，那形象，那磁石一般的向心力当必然长在。因为一个方块字是一个天地。太初有字，于是汉族的心灵，他祖先的回忆和希望便有了寄托。”³

然而，汉字发展到现代社会越发显现出沉重包袱的一面，尤其是能否利用计算机（电脑）处理汉字信息成为其发展的关键。值得庆幸的是，经过汉字信息技术专家们的不断努力，使古老的汉字顺利地进入了计算机时代和网络时代。伴随着中国内地、香港澳门特区及台湾（以下简称“两岸四地”）经济的快速发展，尤其是内地自 80 年代改革开放后经济的腾飞，中文的经济价值正日益显现出来，而其丰富的形态和独特的文化魅力更令全世界越来越多的人所倾倒，在 20 世纪末形成了前所未有的“中文热”。

中文网络的兴起与发展

（一）中文网络的兴起

中文网络发轫于北美。最有代表性的是 1991 年 4 月创办的网络出版物《华夏文

1 新华社记者丁锡国报道：《考古专家研究认定近五千年前中国已出现文字》，2000 年 4 月 20 日。

2 何九盈，《汉字文化学》，辽宁人民出版社出版，2000 年 1 月第一版，第 389 页。

3 余光忠原文为《听听那冷雨》，此处转引自何九盈著作《汉字文化学》，辽宁人民出版社出版，2000 年 1 月第一版，第 50 页。

摘》¹，截至2000年8月底，已连续出版490多期，另出专题增刊230多期。《华夏文摘》在发刊词中称：这是海内外第一份通过电脑网络传送的综合性中文杂志，这是为促进中文信息电脑化、自动化、网络化所作的一个新的尝试。此外，留学人员还在北美、欧洲、日本等国陆续创办了二十多种中文电子刊物，较有影响的还有加拿大的《枫华园》、英国的《利兹通讯》、德国的《华德通讯》、瑞典的《北极光》、丹麦的《美人鱼》、荷兰的《郁金香》、日本的《东北风》等。不少取得了国际统一书号，受到国际出版界的承认。与此同时，最初一批中文BBS和中文新闻组也开始出现。

中文网络首先在欧美发达国家出现，其最主要原因：一是新一代留学生的大批到来，出于对中华文化的眷恋和思乡的情愫，迫切感到用母语进行沟通交流的必要；二是北美社会网络程度高，接入和使用已开始普及，提供了相应的条件。创办以上网络出版物的人员往往是理工科留学生，反映了以上两个因素的结合点。这些网上出版物的所有编辑人员都是义务工作，没有任何报酬，不少出版物延续至今仍保持一定的影响力，应该说这些中文网络的开拓者付出了巨大的努力和心血。

进入90年代中期，随着网络技术的成熟和网络市场的形成，不同背景、不同门类的中文网站开始大量涌现。在世界各地，由当地华人和新移民所办的华文网站亦开始大量出现。

中文网络对以留学生为主体的新移民在文化方面的影响是十分明显的，它除了具有保持和发扬中华文化传统，保持与本土文化联系的作用外，在“帮助新移民解决异文化冲突”方面也发挥了独特的作用。²

（二）两岸四地中文网络的发展

中国内地于1994年4月20日正式接入互联网，1995年5月向社会开放网络接入并提供全面服务。五年来，互联网在内地呈现出持续快速发展的局面，并在社会

1 中国留学生于1989年3月6日首先创办了英文网络出版物《中国新闻》(China News Digest)，每天向海外中国留学生，各大学图书馆及各国研究中国问题的学者们提供便捷迅速免费的新闻服务。经过两年的发展完善，《中国新闻》的读者已经达到一万多人，遍及二十多个国家和地区。在此基础上，《中国新闻》编辑部决定推出一个全新的中文网络出版物《华夏文摘》。这是一个网上周刊杂志，于1991年4月5日正式创刊，通过电子邮件发送。1994年6月3日其Web站点(www.cnd.org)正式开通，当时将World Wide Web译为“万维网”，并预言万维网将是“全球信息资源交流的未来”。全国科学技术名词审定委员会于1997年7月18日将“World Wide Web”的中译名定为“万维网”。

2 张可文、郝晓鸣，《电子刊物的崛起与中华文化传播》，载于《新闻与传播研究》1995年第2期，第52页至59页。



生活的各个领域开始显现其巨大的影响力。据中国互联网络信息中心（CNNIC）的最新一次调查，截至 2000 年 6 月 30 日，内地网络用户数已达 1690 万人，近三年来，增长率始终保持在每半年翻一番的水平。各类网站的诞生更如雨后春笋。CNNIC 的调查显示，到 2000 年 6 月，登记在.cn 下的域名为 99734 个，然而实际上内地有 477900 个域名为不属于.cn 下的国际域名，数量较前者多了近 5 倍之多。¹

即使观察两年来.cn 下注册的域名数量和 WWW 站点数量的增长，也可以看到内地网站发展一路高歌猛进的势头。

调查公布时间	1998.7	1999.7	2000.7
域名注册数量	9415	29045	99734
WWW 站点数量	3700	9906	27289

港澳台三地的网络业在 90 年代中期至今的快速发展期，亦呈现一片蓬勃景象。

正是由于众多中文网站的涌现，使网上中文信息贫乏的状况得到改变。如 CNNIC 调查数据显示，大陆网友感到网上“中文信息不够丰富”的比例近两年来大幅下降：

调查公布时间	1999.1	1999.7	2000.1	2000.7
百分比	49%	9.1%	7.35%	6.11%

（CNNIC，1999—2000）

作为中华文化的沃土根基，两岸四地所创办的中文网站无疑是中文网络的主力，发展到今天，不论是在数量规模上，还是在质量水平上，抑或是影响力，都是中文网络的代表。

（三）网络媒体的兴起

内地新闻媒体在网络传播领域的发展，以 1995 年《神州学人》杂志和《中国贸易报》先后上网为开端。五年来，众多报刊社、广播电台、电视台及通讯社对上网及网站的建设、经营呈现出越来越高的热情。据统计，到 1999 年底，已建立独立域名的新闻机构达 700 多家²。从 1998 年起，大陆的商业网站亦涉足新闻发布领域，更使网络媒体的发展呈现风起云涌之势。

1 李艳春，《浅析国际域名五倍于国内域名》，载于 2000 年 9 月 7 日《中国计算机报》（66 期）第 25 版。

2 郭乐天，《前瞻 2000 新闻传媒走势》，载于 2000 年 1 月 26 日《新闻出版报》第 2 版。

今年以来，内地新闻媒体网站的发展有三个显著的特点，一是不少有实力的新闻媒体网站已走出“网络版”、“电子版”的初级阶段，纷纷以“××网”、“××在线”命名，尤其是人民日报、新华社、中央电视台、中国国际广播电台等主流新闻媒体的网站加大了投入的力度，在运用网络传播的规律和特性方面，上了一个新台阶；二是新闻媒体网站在经营理念和经营运作上有了新的探索和推进，一些网站在公司化运作方面开始了有益的尝试，以期尽快找到最适于自己的发展模式；三是区域内众多新闻媒体联手建立大型网站传播平台，最有代表性的例子是今年 5 月 8 日开通的北京千龙新闻网和 5 月 28 日开通的上海东方网。

从 20 世纪 90 年代中期以来，港澳台地区的各类新闻媒体也呈现出争先恐后上网的局面，并在激烈的市场竞争中积累了相当的经验。

由于网络传播的特点，对内地的网络媒体和网民来说，不少港澳台地区新闻媒体网站已成为他们获取信息的一个重要新闻源。台湾的《明日报》是今年 2 月 15 日诞生的网络原生报，其运作和发展始终吸引着内地新闻传播学者的关注。8 月 21 日，该报推出 ePost，即由台湾 9 家传统新闻媒体和上海《新民晚报》组成的电子报联盟。ePost 为《新民晚报》在台发行繁体版电子报提供了平台，这一举动被称为“破天荒的组合”、“两岸新闻新纪元”。两岸新闻媒体站在平等及互惠立场，促成 ePost 电子报联盟的成立，具有两岸新闻和文化交流的长远意义，也显示了两岸网络媒体合作的美好前景。

新闻媒体网站是中文网络的重要组成部分，由于具有新闻信息、品牌、公信力等方面优势，它一旦建立就能发挥巨大的社会影响力，因此两岸四地的网络媒体在宣扬龙的传人血脉相连和中华文化认同方面，无疑担负着重要的责任。

中文网络的特点

中文网络在发展中呈现出以下特点：

（一）中文编码不同

尽管全球中文网络使用的都是中文，但在计算机编码方面却有很大的不同，即内地通行的是简化汉字，采用 GB 编码方式；港澳台地区通行的是繁体汉字，采用的是 BIG5 编码方式；而海外（主要是北美）采用的又是 HZ 编码方式。尽管近年来转换内码软件的推出和网络浏览器（如 IE5.0）具有内码转换功能，同时内地众多网站均设有 BIG5 码版，而港澳台地区众多网站亦设有 GB 版（有些还设立图形版），已经打破了信息交流的障碍，但毕竟阅读者在获取信息、资料以及交流方面仍感到极



大不便。外国人对这种情况更感到莫衷一是，无所适从。此外，两岸四地在专业用语方面也不统一，带来了很大的麻烦。中文是世界上使用人口最多的文字，是联合国六种工作语言之一，但目前的状况很难使中文成为信息社会的强势语言。这一问题提出已久，并进行了多方面的交流磋商。今后两岸四地应进一步加强合作，采取可行的办法逐步推进，使问题得到解决。

（二）市场规模不同

尽管从全球来看，中文网络是一个大市场，但实际上它还是被分为若干区域市场，如中国内地市场、台湾市场、香港市场、北美市场、东南亚市场等等，每一个市场均有自己的特点。如在市场规模方面，内地网络用户的绝对数量在 21 世纪初便可成为亚太地区第一、全球第二，如世界权威调查机构 IDG 所做的调查显示，到 2005 年，中国就将成为全球仅次于美国的第二大网络市场。¹在中文网络市场方面，内地更是尚待开放的最大市场，因为内地网络人口占总人口比例还很低，目前 1690 万网络用户占 124810 万总人口比例，仅为 1.35%，不仅与发达国家的差距极大，就是与港澳台地区相比也差很远。1999 年底，香港互联网用户达到 150 万人，占人口比例 25%；澳门互联网用户估计为 2.5 万人，占人口比例 5.8%；台湾互联网用户到今年 6 月已达 557 万人，占人口比例也升至 25%。²

今年，新浪网曾委托 ISA（Interviewing Service of America）公司对北美地区华人使用互联网的情况进行了一次调查，9 月公布的调查结果显示，美国拥有电脑的华人家庭比例高达 97%，加拿大拥有电脑的华人家庭亦达 88%，远远超过两国一般家庭拥有电脑的比例；在使用网络方面，超过一半的受访者有上网经验，其中，有高达 70% 的受访者表示，在过去一个月内每天都上网，更有 53% 的人曾经上网购物。³

内地为避免进一步拉大与发达国家和地区的数字化鸿沟，正在采取各种措施加快发展的步伐。未来内地网络市场充满了机会，因此，港台地区及海外的网络业者正通过各种方式纷纷进军内地。

（三）用户使用形态有差异

在中文网络的范围内，毕竟存在着不同区域经济、社会、文化的差别，因此种

1 多维新闻社报道，《中国将跃居全球第二大网路市场》，1999 年 8 月 24 日。<http://www.chinesenewsnet.com>

2 数据来源：《CNNIC 通讯》第 6 期（2000 年 1 月）相关文章及台湾 FIND（<http://www.find.org.tw>）2000 年 8 月 28 日报道。

3 陈丽安，《北美华人家庭上网比例高》，FIND（www.find.org.tw）2000 年 9 月 21 日。

种差别也必然反映在中文网络不同地区用户的使用形态上。许多机构和学者均对这一问题进行了调查和研究。如今年 4 月，台湾著名网络公司蕃薯藤与中国科学院签约合作后，首度取得 CNNIC 授权，对 1999 年两岸网络用户的上网行为进行了调查和对比；又如今年 5 月在台湾大学彭文正教授主持下完成的《两岸三地华人网路交易行为大调查》，对两岸三地（指大陆、港澳、台湾，同两岸四地）的网上电子交易行为受到当地环境及经济因素的影响而呈现出的差异进行了比较研究。而规模可观的《二〇〇〇年全球华人网路大调查》¹，更是全面勾勒出全球使用形态的轮廓。如大陆盛行 BBS、香港盛行 ICQ、而台湾则是电子报（Newsletter）风潮，都清楚地呈现；再如台湾及港澳网友以搜寻信息为主，而内地和身处美国的网友则以获取国际新闻作为主要上网的目的。

（四）合力推动中文网络发展

中文网络要想更快更规范更协调的发展，有赖于两岸四地乃至海外相关机构和业者的真诚合作和良性互动。两岸四地的网络域名管理机构 CNNIC、TWNIC、HKNIC、MONIC 目前合作态势良好，正共同着手解决一系列迫切的问题。如中文域名对于中文网络发展的重大意义，大陆于 2000 年 1 月推出中文域名注册系统，台湾基于 5 月 1 日也将受理中文域名注册，于是，TWNIC 在 3 月邀请 CNNIC 主任毛伟前往，共商两岸的中文域名注册与转换等事宜。毛伟当时特别指出：“域名并不仅仅是技术问题，而是一个管理问题”，“大陆愿和任何一方合作保持中文域名互联网用户互联互通”。紧接着，两岸四地的互联网络信息中心于 5 月 19 日在北京正式成立了中文域名协调联合会（Chinese Domain Name Consortium, CDNC），开始制定全球第一套正式的中文域名互通标准。标准将整合包括简体中文、繁体中文、日本汉字等双字节内码系统的转换和互通技术，以及采用域名对应技术，解决不同国家使用中文域名的问题，推动跨两岸四地及其他华文地区的域名互通，并最终成为互联网络域名与地址管理机构（ICANN）所承认的中文域名国际标准。

1 “二〇〇〇年全球华人网路大调查”由台湾天下杂志及新浪网联合主办。这次调查共有近 4 万名大陆、台湾、香港及身处美国的网友参与。调查时间从 2000 年 1 月 20 日至 27 日。问卷内容主要包括了以下几项主题：一、全球华人网络的人口特征、网络使用动机与经验；二、全球华人的电子邮件使用行为；三、全球华人的 WWW 使用行为；四、全球华人的网络购物经验。由于这是全球第一份同时汇集了大陆、台湾、香港及美国网友一起进行的网上调查报告，其执行规模不但创下壮举，其间的准备也力求完备，不但在问卷的项目及问法上逐一推敲，甚至制作了六个版本。由于各地使用字体的不同，同一份问卷需转成大陆简体版，香港及台湾各一份繁体版，美国则必须做成简体、繁体及图形版。调查详情见台湾天下知识网：<http://www.cw.com.tw>。



在业界交流方面，互访研讨更是不断。今年最有影响的一次交流是 3 月 7 日、8 日在台北举行的“开创华文网络新纪元”高峰论坛，会议围绕中文网络市场、策略、资金、竞争力等议题进行了深入探讨。大陆几位著名的 CEO，如新浪网的王志东、网易的丁磊、中华网的叶克勇等人专程出席。

20 世纪 90 年代末，海外中文网站的数量已达到相当规模，也加强了横向联系。2000 年 2 月 24 至 25 日，来自美国加拿大的 20 家中文网站在美国硅谷地区召开了首届海外中文网站研讨会并宣布成立“海外中文网站协会”（Overseas Chinese Website Alliance, OCWA），目前入会会员已达 70 多个，分别来自北美、亚洲、欧洲和澳洲地区。该组织称，将以弘扬中华文化为宗旨，积极拓展海外中文网络的空间。

全球化时代中文网络的价值

尽管全球化并不全是传播科技、互联网推动的，但传播科技和互联网为全球化起着有效的促进作用。如今，在人们关注信息社会数字化鸿沟这一问题的同时，对西方文化尤其是美国文化通过互联网上的强势文字——英文在全球无所阻拦地推行感到担忧。在全球化时代，如何保持文化的多样性和本土文化的进一步发展，成为各国面临的严峻问题。

有一点可以肯定的是，各国各民族只有通过自己不懈的努力，积极地利用互联网，才能改变目前的不平衡状况。近年来中文网络的发展已证明了这一点。

全球化时代中文网络在文化方面的价值体现在：① 提升中文在全世界的价值；② 广泛传播悠久和丰富多彩的中华文化；③ 保持全体中国人和全球华人的文化认同；④ 为全球化时代文化多样性提供了切实保证。

台湾 PC home 集团董事长詹宏志在“开创华文网络新纪元”高峰论坛上指出：“网际网络对使用华文者其中一个贡献是，它让花果飘零的华人有了一个连接聚合的工具，它使得一种可以称为‘全球华文’的概念得以成形。过去最有影响力的华文报纸，不管是来自台湾的中国时报，还是来自香港的明报，或是来自中国大陆的人民日报，它们的力量都有区域局限，而网际网络打破了这个局限。这是历史上第一次有一种工具使华文社区真正达到四海一家，也是华人间彼此沟通最佳工具。”¹

除文化方面的考量外，中文网络在未来全球经济领域中也将会体现出巨大的价值。全世界成千上万种语言中，可以在市场上形成经济活动规模的不到二十种，在互联网上的更少。一些有识之士一再指出：中文是除了英文以外，第二个有机会在互联网

1 《华文网络世纪高峰论坛 两岸三地共襄盛举》，明日报记者李静雯 2000 年 3 月 8 日台北报道。

网上形成经济活动的文字。“当华文网络经济随着使用人口增加而扩大，自然会吸引世界各地业者来提供服务。也就是说，当华文网络使用人口大到一个数量级之后，华文的概念将从中国人和全球华人的华文，变成世界的华文，成为一种像英文一样的公共语言，不再是中国人和华人所独有。”¹

此外，中文网络的迅速崛起，将为日后中国人在国际上更积极地介入互联网规则、标准的制定，在 ICANN 事务中更具有发言权，提供坚实的基础和有力的保证。²

最后，需要特别指出的是，中文网络并不是一个封闭的系统，而是一个开放的系统。古老中文也要在网络时代不断汲取时代精神精华，有所发展，才能永葆生命力；而在全球化时代，中文网络为了更有效地传播中华文化，同时也必须借助英文和其他国际主要文种。

回顾以往，中文网络已取得骄人的成绩，尽管在发展中存在着这样那样的问题，但通过两岸四地全体中国人乃至全球华人的合作努力，中文网络在即将到来的 21 世纪，必将在全球传播格局中占据更重要的地位，并产生更大的影响力。

本文提交于 2000 年 11 月 15、16 日在台北举行的第六届海峡两岸及港澳新闻研讨会，本次研讨会主题为“网络时代对新闻传播的冲击”。

1 《华文可能成为网际网络上第二大经济价值语言》，明日报记者汪佳陵 2000 年 3 月 6 日台北报道。

2 ICANN (The Internet Corporation for Assigned Names and Numbers) 是得到国际承认的国际互联网域名和 IP 地址分配体系的管理机构，总部设在美国加利福尼亚州。为了避免占全球互联网用户绝大比例的美国，在相关事物上拥有太多影响力，ICANN 在各国业界的舆论压力下，决定今年由全球五个地区（北美、亚太、拉美、非洲和欧洲），通过网上投票选举，各产生一名理事。8 月 2 日，ICANN 公布了获得提名委员会提名的候选人名单，其中亚太地区四人：中国原国家知识产权局局长高卢麟博士、台湾的姜国辉、日本的加藤干久和马来西亚的 Sureswaran Ramadass。10 月 1 日至 10 日为网上投票时间，此期间已注册的 76000 名网友中有 34035 人实际完成投票。10 月 11 日，ICANN 公布了获选的 5 名新理事名单，中国大陆和台湾的候选人均落选（高卢麟得 1750 票、姜国辉得 935 票）。出生于日本，目前居住在美国华盛顿特区的日本富士通公司工程师加藤干久以 13913 票被选为亚洲理事。5 名新理事将与 ICANN 的 19 名原有理事一起承担起监督国际互联网域名与地址管理的职责。中国大陆曾为高卢麟参选做了大量工作，开设了其个人网站，同时新浪网在 9 月 6 日告知网友激活 ICANN 注册身份才能投票，9 月 22 日又提醒网友，“国庆期间别忘了为中国投票”。除去某些客观因素，从大陆候选人落选这一事实，也可以看出国内网络乃至中文网络的发展还处于相对滞后的阶段，特别是网络用户的整体素质。ICANN 网址：www.icann.org。

2001 年

从第四媒体到网络媒体

2001 年是 21 世纪的起始年。尽管国际互联网的动荡低迷不免影响到国内业界，但互联网在新闻传播领域所特有的活力却丝毫不减，其影响力与日俱增，由“第四媒体”到“网络媒体”称谓上的变化，充分体现了这一点。

中国网络媒体发展的国内背景

背景一：今年是国家“十五”计划第一年，对于未来五年中国发展的战略安排，一个重大的变化是将信息化建设摆放到极其重要的位置，明确了以信息化带动工业化的方针。国家领导人亦在不同场合多次强调信息化的重要性，如中共中央 7 月 11 日在中南海怀仁堂举办法制讲座，江泽民总书记主持讲座并做重要讲话。他再次指出中国应努力在全球信息网络化的发展中占据主动地位，并重申了“积极发展，加强管理，趋利避害，为我所用”的互联网基本方针，特别提出要加强以下五个方面的工作：第一，要充分认识依法保障和促进信息网络健康发展的重要性。第二，要加强和完善信息网络立法。第三，要加强信息网络方面的执法和司法。第四，要积极参与国际信息网络方面规则的制定。第五，要加强信息网络管理人才的培养。9 月，以朱镕基总理为组长的信息化领导小组成立。在朱总理的强力推荐下，江泽民总书记借前往广州参加第九届全运会之际，于 11 月 11 日专程考察了广东省南海市信息化建设。他在视察中再次强调，信息化建设在国民经济和社会发展中具有十分重要的作用，各级领导干部要高度重视信息化建设，大力推进国民经济和社会信息化。在具体目标方面，国家在未来五年内对信息产业的投资总额将达到 1 万亿元（人民币），保证在 2005 年信息产业规模在 2000 年的基础上翻一番，使信息产业成为国民经济

的支柱产业和战略性产业。到 2005 年，中国的互联网用户将达到 2 亿人，占国民总数的 15%。

背景二：中央有关领导部门对网络媒体和新闻网站的建设工作，也是一如既往地高度重视，积极推进。如 8 月 20 日，中宣部、国家广电总局、国家新闻出版总署最终形成了《关于深化新闻出版广播影视业改革的若干意见》（中央办公厅以 17 号文件发出）。文件共 24 条，其中第 16 条为“加强新闻网站建设”，再次明确了新闻网站建设的指导原则、新闻网站的定位及报道方针，以及管理及经营上的要求。网络媒体和新闻网站的领导、管理部门中共中央宣传部和国务院新闻办公室年内召开多次重要会议对有关工作进行部署和指导，如 3 月 30 日在北京召开的“互联网新闻宣传经验交流会”；8 月 14、15 日在上海召开的“地方新闻网站发展工作座谈会”；11 月 20 日、21 日，在北京召开的“互联网新闻网站经验交流会”等。中共中央政治局委员、书记处书记、中宣部部长丁关根、国务院新闻办公室主任赵启正及有关领导分别在这些会议及在视察中央和地方新闻网站时一次次做出指示提出要求，这些都表明党中央非常关注、高度重视网络媒体在新闻传播领域中的作用，并牢牢把握着新闻网站发展的方向。

背景三：在中国互联网的发展中，2001 年业界经历了前所未有的大动荡、大分化、大改组。一批网站包括著名的门户网站遭遇危机，一批叱咤风云的 CEO 遭遇出局，一批中坚骨干及更多的员工遭遇下岗或转岗。业界对自身地位和作用的认识不得不回归平常心。因此，这一年是业界务实苦干想方设法获取更多营收的一年，包括新形态网络广告的推出、信息内容及网络服务收费的实施、手机短信息的广泛开展、在线游戏的努力开拓及线下业务的积极尝试等等。在业务拓展方面，Tom.com 无疑有着不俗表现，它在 2000 年就提出“跨媒体平台”的商业模型，即与市场上占主导地位、经济效益好的传统媒体（包括报纸、杂志、电视栏目、户外广告等）合作，共同搭建一个跨媒体的平台，力图提供给客户基于网络、印刷、户外以及电视的跨媒体全方位服务。今年 Tom.com 除继续推进它的这一策略外，又推出“ISP 接入门户”概念。6 月 28 日，在北京宣布与中国联通、中国网通、263 网络集团、神州在线联手推出“TOM 网游神”，用户在拨号上网时，只需用同一个用户名和密码即可在以上 4 大互联网服务运营商不同的接入方式间自由选择，实现了全国 190 余个城市的无缝漫游，同时用户还可享受免费 163 电子信箱和“侠客行”在线游戏等多种内容增值服务。在网络媒体重组方面，9 月，新浪网与阳光文化的并购无疑是今年最引人注目的事件，但也引起业界内不同的评价。

背景四：电信运营商在年内开始提供 ADSL 宽带接入服务，尽管只有 512Kbps



的速率，但毕竟显示中国互联网正向宽带互联网迈进。宽带网络预示着网络传播的多媒体形态将得到充分展现，新业务的拓展将获得必不可少的基础条件。

中国网络媒体的地位得到进一步提升

中国网络媒体在 2001 年的进展，使其在新闻传播领域的地位得到进一步提升，主要体现在六个方面：

（一）“网络媒体”的称谓得到认可

1999 年“第四媒体”的称谓广泛流行。同年底，“网络媒体”的称谓开始出现，如我国信息网络安全专家许榕生新著的名称即为《网络媒体》（五洲传播出版社，1999 年 11 月出版）。2000 年起，“网络媒体”称谓开始流行，至 2001 年更是大行其道。由于“网络媒体”在概念上较之“第四媒体”更为准确，终于得到业界和学界的认可。标志性的事件是今年由新华网首次承办全国性大型论坛，名称明确冠以“中国网络媒体论坛”。该论坛由此成为国务院新闻办公室和中国记协指导、中央重点新闻网站轮流承办的高层次专业年会。

当然，“网络媒体”绝不仅仅是一个概念的确立。2001 年它的发展形成了两个重要的群体。一是继 2000 年 12 月 27 日新浪和搜狐正式获得国务院新闻办公室批准的登载新闻业务资格以来，今年一批商业门户网站陆续获得了这一许可证。以往商业网站尤其是门户网站尽管每天都在刊发新闻，但一直否认自己是媒体，而今年获得许可证后，它们在各种场合都不再回避这一点，而是公开宣称自己是“网络媒体”，甚至宣称自己是网络传播领域中的主流媒体。但是，获得了媒体的名份，也就意味着新闻的刊发传播必须按媒体的规则进行运作。另一群体是继 2000 年开通的北京千龙新闻网、上海东方网、天津北方网等综合性新闻网站之后，今年各省区市陆续开通的经国务院新闻办公室批准的一批地方重点新闻网站，如黑龙江省的东北网、湖南省的红网、青海新闻网、福建省的东南新闻网、广东省的南方网以及将于年底开通的中国江苏网等，总数已达 20 多个。这一新闻网站群的形成是对党中央加强网络新闻宣传工作指示的具体落实。如果仔细观察，地方重点新闻网站大致可以分为两类：第一类是整合传统新闻媒体资源后的大型综合性网站；第二类是没有传统新闻媒体资源直接作为组建基础的外宣网站。如果说，第一类网站主要作用体现在网络媒体上，第二类网站的作用则主要体现在各省自治区直辖市的外宣窗口功能上，两类网站的定位、运作有所不同。

（二）网络媒体在重大、突发性事件中的表现非同凡响

2001 年不论是国内还是国际，重大、突发性事件频频发生，而越是在这样的时刻，越能显示出网络媒体的作用。当美国突然遭受“9.11”恐怖袭击时，当国内的传统新闻媒体尤其是电视媒体受到制约无所作为时，网络媒体几乎在第一时间就开足马力运作。以新浪报道为例，被恐怖分子劫持的第一架飞机于北京时间 9 月 11 日 20 时 45 分撞击纽约世贸大楼，10 分钟后，20 时 55 分，新浪网就发布了第一条消息。事发 14 分钟后（20 时 59 分），新浪网以手机短信头条新闻形式发出这一消息。新浪所设立的专题“美国遭遇恐怖主义袭击”在随后的 24 小时内共发布 590 余条信息。9 月 12 日，新浪网新闻频道 24 小时的流量至少超过 8000 万 Pageview（页读数），再次创造了突发事件时国内网站的流量纪录。新浪网将新闻频道的服务器由原来的 8 台增加到了 25 台，同时，在北京电报局的及时支持下，将带宽由 500MB 增加到 2000MB，以确保网友访问的畅通。10 月 7 日，美军对阿富汗实施军事打击后，新浪在 2 分钟后（北京时间 10 月 8 日 0 时 27 分至 0 时 29 分）发出第一条报道及第一张图片。对重大、突发性事件新闻报道有着出色表现的绝不是一、二家网站，而是网络媒体普遍的整体水平的提高，呈现出与传统媒体并驾齐驱的趋势。

在中国网络媒体矩阵中，新闻网站担负着正确引导舆论的重大责任。2001 年，不少重点新闻网站进行了全面改版，使自己的影响力进一步得到扩大。新华网于 2 月 28 日再次全面改版，推出“发展论坛”和“统一论坛”，自 3 月 1 日起，对中央各部委及地方政府的新闻发布会等活动进行网上直播。3 月 6 日，获独家授权直播朱镕基总理在“两会”闭幕式后的中外记者招待会，开网上直播新领域。上海东方网于 5 月 28 日第三次全面改版，对首页设计提出“报纸头条”加“杂志封面文章”的理念，首创头条新闻竖标题这一独出心裁的形式，依靠大标题、图片、文字等的布局变化来强化“头条”新闻。在 10 月亚太经济合作组织（Asia-Pacific Economic Cooperation, APEC）会议期间，创造了原创新闻被转载最多、网络新闻表现形式创新最多（包括在中央电视台、上海电视台和东方电视台的全力支持下，共进行了 12 次、长达数十小时的网上直播）和报道时间跨度最长的纪录。北京千龙新闻网在 5 月 25 日周年之际，完成了首次全面改版，不仅采用了新域名“Beijingnews”，而且推出了新的 LOGO，提升了网站的整体形象。在北京申奥、大运会的报道中，均派出自己的记者到现场进行第一手采访。

通过对这些大事件报道的锤炼，网络媒体在新闻刊发方面显出更加老道、更具技巧的方面，但也不可否认，假新闻、失实新闻和矛盾百出的新闻层出不穷。尽管不少假新闻的源头是传统媒体，网络媒体只是充当了“二传手”，但如何有效地防止



这种状况的进一步泛滥，从提高公信力的角度考虑，网络媒体也不能不对自己的运作机制和编辑水平进行严格要求。

（三）网络媒体的监督作用发挥威力

2001 年 3 月 24 日，名为“城山村人”的网友在人民网的强国论坛发出《铁路，你究竟怎么了？》，反映自己在重庆火车站购买车票时的遭遇。这一帖子很快被铁道部领导看到，及时进行了调查处理。4 月 12 日，强国论坛刊出短评：“网友的一个帖子引起某部门乃至部长的重视，这在强国论坛还是第一次，这再次证明网上论坛反映民情民意、实施舆论监督的功能。我们愿意以此为良好的开端，与广大网友一起共同搞好网上舆论监督工作！”以往，普通百姓的投诉批判或问题反映能够得到领导机关和领导者的重视，往往是靠内参、靠主流新闻媒体报纸媒体类似中央电视台《焦点访谈》这样的栏目，而人民网强国论坛这样的新闻网站论坛，如今也已具有舆论监督的重大影响力。

7 月 31 日 15 时 46 分，人民网刊出本报记者发自南宁的报道《广西南丹矿区事故扑朔迷离》，从而揭开了当地隐瞒了半个月之久的重大事故。人民网随后的一系列独家报道及评论被各大网站纷纷转载，被广大网友纷纷转帖。人民网的报道对彻底揭开事故的盖子起了决定性的作用，不仅引起全社会的关注，更引起中央和广西区政府的重视，及时组成调查组前往矿区进行全面调查。海外媒体称，若不是人民网的报道，此次事故完全有可能被遮掩过去。广大网友亦对人民网给予了高度赞扬，纷纷建议：“今年的最高新闻奖应该颁给人民网”。

2001 年，网络媒体中网友言论之活跃之规模达到前所未有的程度，不论是国内重大事件，还是国际重大事件，均能马上形成舆论并产生巨大的舆论压力，达到任何部门、机构或公众人物无法忽视的地步，这种状况在以往是罕见的。

（四）网络媒体的原创评论形成气候

新闻媒体的言论是新闻的解读者，其目的和作用是让读者站在今天认识明天，凡成熟的传统媒体尤其是主流新闻媒体都有很强的评论队伍，以便通过言论的方式帮助公众了解新闻事件的来龙去脉和新闻事件的深层内涵，进而起到引导社会舆论的作用。网络媒体作为新媒体，评论一直是其弱项。许多网站日发新闻的数量可以上千、数千，却鲜见自己的特色言论。传统新闻媒体的新闻与言论好比鸟之两翼，网络媒体在言论方面的欠缺，如同缺了一翼。

今年以来，许多新闻网站意识到了这一问题，纷纷推出自己的原创评论，如东方网的“今日眉批”、人民网的“人民时评”、千龙新闻网的“千龙时评”等。这些

评论具有以下特点：① 每天一篇甚至数篇，时效性强；② 涉及众多领域和新闻事件，针对性强；③ 置于首页显著位置，浏览量高；④ 形成短小精悍、言之有物、尖锐泼辣的新文风；⑤ 个人署名。评论文章通常由传统媒体评论部及专门组织的写手担任，网站为他们建立的专栏将他们的用武之地大大拓宽了。人民网还专门开设了“香江客语”、“台海观察”等独家专栏，内中的评论受到香港、台湾媒体及有关方面的关注。网络媒体的评论不仅被网友频频点击，论述精辟者甚至被报刊转载，在社会上产生了很大影响。

（五）网络媒体对新技术手段的运用更上一层楼

至 2001 年 7 月，中国已成为拥有手机数量最多的国家。手机的功能已由最初单一的双向语音通信工具，变成了媒体信息的接收端和个人信息的发送端。4 月底，商业门户网站如新浪、搜狐、网易等陆续推出手机短信头条新闻、分类新闻、专题新闻服务。这是门户网站结合自身的新闻编辑优势，利用手机短信息服务平台，与电信运营商合作推出的服务项目。如此一来，网络媒体不仅将新闻的传播推广到无线移动领域，而且通过这一信息增值服务为自己开辟了新的营收渠道。晚些时候，一些地方新闻网站如温州新闻网、东方网、河南报业网等也陆续涉足这一领域。

从 2010 年起，Flash 技术开始在国内兴起，而今年网络媒体打破了以往 Flash 仅仅用于电子贺卡、一般动态网页制作以及“闪客”们以此表现自我创意和显示技术能力的范围，而将它与新闻，尤其是与重大、突发时政新闻结合起来。2001 年 3 月 16 日起，千龙网每周推出一期《Flash 七日》，直接用 Flash 技术手段对一周大事进行回顾报道。在重大、突发性事件发生后，不少网络媒体采用 Flash 形式予以配合，如 9.11 美国遭恐怖袭击后，新浪网首次制作了 Flash 示意图。12 月 6 日，新华网的《Flash 今日》新闻性栏目试播，该栏目将于 2002 年 1 月 1 日正式开通。

2001 年是宽带网络接入及内容提供热闹非凡的一年。有代表性的事件是 8 月 20 日，央视国际网络在南京市建立了宽带节目镜像实验站，目前节目每周更新已达 300 小时以上。央视国际网络已明确表示要做“宽带 ICP”，今后将利用的资源优势，结合 Shockwave、Flash、视频数据库检索以及互动电视等互动服务技术，进一步开发宽带多媒体内容。

以往仅有少数报纸网站有 PDF 格式以展现报纸印刷版原貌，2001 年 5 月起，长城宽带网络服务有限公司与一些报社合作推出了“数码报刊厅”，截至年底，已有《北京晨报》、《中国电脑教育报》、《深圳特区报》等 17 家报刊利用其平台展现印刷版原貌，每种每期报纸采用 Push 方式向订户免费提供，订户只要下载方正 Apabi Reader 软件即可阅看。



网络媒体发展的一个重要支撑点是网络技术，关注并积极采用新技术、新手段，使新闻传播不断获得新通道、新功能、新形式，亦是衡量网络媒体水平和竞争力的重要标志。

（六）“信息网络传播权”列入新修订的《著作权法》

我国的《著作权法》是 1990 年颁布的，当时尚未有全社会的互联网传播应用。随着互联网在我国的发展，一些新问题随之产生，其中就包括了著作权问题，法院受理的纠纷案件也越来越多。由于原有的《著作权法》中没有相应规定，结果造成无序状态愈发严重的局面，法律空白不仅给著作权人造成损害，而且给司法审判带来难度。为解决判案工作急需，最高人民法院审判委员会曾于 2000 年 12 月 20 日发布《关于审理涉及计算机网络著作权纠纷案件适用法律若干问题的解释》。

2001 年 10 月 27 日，第九届全国人民代表大会常务委员会第 24 次会议审议通过了修订后的《著作权法》，正式将“信息网络传播权，即以有线或者无线方式向公众提供作品，使公众可以在其个人选定的时间和地点获得作品的权力”（第二章 著作权第一节 著作权人及其权力 第十条）列入其中，同时也对网上侵权行为的处罚给予了明确规定。这些新的条款，使今后网络传播环境下的著作权保护有法可依。网络时代对著作权的保护是国际社会共同面临的新问题，如何在保护著作权人的利益和全社会信息共享之间找到平衡点，尚需要探索和时间。

中国互联网市场在加入 WTO 后将生变

中国的传媒业长久以来被视为“事业”而非“产业”，在相关的法规中实际明确它为“特许经营”业。它具有两个最显著的特点，一是均为国有资产，二是宣传舆论工具。有关法规对外资进入国内传媒业，从一开始就把“新闻、出版、广播、电视、电影”列为禁止投资的领域，对国内民营资本的进入也始终严格限制。但是网络媒体一出现，就没有这种约束，大量民营商业网站有着多种资本背景，其融资、并购、上市等完全按照互联网市场经济模式运作。中国历经长达 15 年的艰苦谈判，2001 年 11 月 10 日终于迈入了 WTO 的大门。12 月 11 日，中国正式成为 WTO 的第 143 个成员。从此，中国将遵守承诺，在一系列领域开放市场，其中包括增值电信领域。根据有关协议，外资从现在起，已可在北京、上海、广州三地投资互联网产业，一年后可扩大到经济发达地区的 14 个中心城市，两年后将不再有地域限制，同时外资比例也由开始阶段的不超过 30% 上升至不超过 50%。如果说，我国对 WTO 的有关

承诺基本不涉及国内新闻传播业的主体，但对网络媒体的影响无疑是首当其冲的。这不仅表现为中国传媒业对外资开放的顺序首先是网络媒体，其次为报刊媒体，最后为广播电视媒体，而且由于互联网产业特性其开放的力度也会使网络媒体的变化来得更为深刻。中国加入 WTO 的一天是平静的，但中国网络媒体格局不平静的变化已经开始。

2001 年中国网络媒体与网络传播十大事件

- 1 月 1 日，上海东方网“今日眉批”开始推出原创新闻评论，其后不少新闻网站亦推出形式多样的原创新闻评论，成为今年网络媒体发展的一个亮点。
- 3 月 6 日，新华网获独家授权直播朱镕基总理在“两会”闭幕式后的中外记者招待会，开启网上直播新领域。
- 3 月 16 日起，千龙新闻网每周推出一期《Flash 七日》，直接用 Flash 技术手段对一周新闻大事进行回顾报道，同时今年新形态网络广告亦大量使用 Flash 技术，给人耳目一新的感觉。
- 4 月底，商业门户网站推出手机短信头条新闻服务，网络媒体从而将新闻传播推广到无线移动领域，并开辟了新的营收渠道。
- 6 月 22、23 日，由新华网主办的首届“中国网络媒体论坛”在青岛举行，由此建立了中央重点新闻网站轮流主办年度论坛的机制。
- 6 月 28 日，Tom.com 推出“ISP 接入门户”概念，与多家电信运营商合作实现了全国 190 余个城市的无缝漫游，显示了商业门户网站由内容、服务提供向接入领域的拓展。
- 7 月 31 日，人民网的独家报道《广西南丹矿区事故扑朔迷离》及随后设立的“南丹特大事故”专题，直接推动了事故的调查和解决，显示了网络媒体进行舆论监督的威力。
- 9 月 25 日，新浪网和阳光文化网络电视控股有限公司在北京召开新闻发布会，宣布共同搭建中国最大的宽带门户及跨媒体平台，成为年内网络媒体重组最具代表性的事件。
- 10 月 12 日，浙江省新闻工作者协会网络工作委员会（简称浙江省记协网络工委）宣告成立，这一组织形式在全国为首创。
- 10 月 27 日，“信息网络传播权”正式列入九届人大常委会第 24 次会议审议，通过修订后的《著作权法》有关新条款使今后网络传播环境下的著作权保护有法可依。



附：中国网络媒体论坛（2001—2014 年）举办情况

首届中国网络媒体论坛由新华网承办，主题为“网络与媒体”，2001 年 6 月 22、23 日在青岛举行。

第二届中国网络媒体论坛由人民网承办，主题为“网络媒体发展趋势及内容建设”，2002 年 8 月 16、17 日在苏州举行。

第三届中国网络媒体论坛由央视网承办，主题为“中国网络媒体的社会责任”，2003 年 10 月 10、11 日在北京举行。

第四届中国网络媒体论坛由中国网承办，主题为“营造健康向上的网络环境”，2004 年 11 月 8、9 日在南昌举行。

第五届中国网络媒体论坛由国际在线承办，主题为“网络媒体与和谐社会”，2005 年 11 月 15 日在杭州举行。

第六届中国网络媒体论坛由中国日报网承办，主题为“网络媒体发展与和谐网络建设”，2006 年 11 月 30 日、12 月 1 日在昆明举行。

第七届中国网络媒体论坛由中青网承办，主题为“国家文化软实力与网络媒体新发展”，2007 年 12 月 4、5 日在三亚举行。

第八届中国网络媒体论坛由中国经济网承办，主题为“落实科学发展观，建设诚信互联网”，2008 年 12 月 6 日在重庆举行。

第九届中国网络媒体论坛由中国台湾网承办，主题为“同筑安全互联网，共建和谐 e 世界”，2009 年 11 月 24 日在厦门举行。

第十届中国网络媒体论坛由新华网承办，主题为“转变发展方式，提升传播能力”，2010 年 10 月 27 日在南京举行。

第十一届中国网络媒体论坛由人民网承办，主题为“推动网络媒体新跨越，促进网络文化大繁荣”，2011 年 11 月 21 日在武汉举行。

第十二届中国网络媒体论坛由央视网、光明网承办，主题为“学习宣传贯彻十八大精神，创新内容建设，增强文化实力”，2012 年 12 月 28 日在哈尔滨举行。

第十三届中国网络媒体论坛由中国网承办，主题为“网聚正能量，共筑中国梦”，2013 年 10 月 30 日在郑州举行。

第十四届中国网络媒体论坛由国际在线承办，主题为“加快融合发展，建设新型媒体”，2014 年 10 月 31 日～11 月 1 日在苏州举行。

延伸阅读：新闻媒体网站的影响力从何而来¹

人民网对揭开广西南丹矿井事故的盖子起了决定性的作用

2001 年 7 月 17 日凌晨 3 时 40 分，广西南丹县大厂镇龙泉矿冶总厂下属的拉甲坡矿、龙山矿发生透水事故。由于矿区老板动用武装封锁，动用金钱收买死者家属及地方官员协助等，这一事故消息居然被隐瞒了半个月之久。

在这次事故报道中，包括广西当地的一些新闻媒体根据举报人透露的点滴情况在 7 月底就陆续进行了报道，但由于矿区严密封锁消息，有关当局一口否认有重大事故发生，致使报道陷于扑朔迷离的状态。而此时，人民网的报道对彻底揭开事故的盖子起了决定性的作用。不仅引起全社会的关注，更引起中央和广西区政府的重视，及时组成调查组前往矿区进行全面调查。

7 月 31 日 15 点 46 分人民网刊出本报记者发自南宁的报道《广西南丹矿区事故扑朔迷离》，其中写道：“网上已经传播得沸沸扬扬的广西南丹县矿区发生事故造成约 200 人生死不明一事，因媒体记者无法进入事故地点采访，至今很难获得准确信息，社会对此的说法也差异很大。”此后，人民网对此次事故进行了跟踪报道，至 8 月 3 日下午 5 时，发布独家新闻 17 条，率先公布部分死难者名单，以无可辩驳的事实揭露事故真相。人民网推出“广西南丹特大事故”专题，所发布的独家报道被各大网站纷纷转载，被广大网友纷纷转帖。

由于人民网过快、过多地报道了南丹重大事故，以致出现了以下一幕：8 月 4 日午后中央调查组听取情况汇报时，人民网记者与中央和地方其他媒体记者一并进入会场，奇怪的是，其他几家媒体记者可以进入旁听，独不许人民网记者参加旁听。人民网记者刚进去，便被严厉拒绝，当即被“请”出会场。人民网一摄影记者刚拍了一张会场照片，作为这次事件广西调查组组长的自治区政府某领导就大光其火：“谁叫你人民日报来拍的！”话音刚落，一名警卫走上来要强行没收照相机，经一番理论，对方强行当场曝光胶卷后，才同意不没收照相机。

人民网的报道亦引起海外媒体的关注。新加坡《联合早报》根据人民网的报道于 8 月 4 日刊发《广西官方首次证实 南丹矿区事故 70 人死 当局将追究有人隐情不报的责任》；香港《星岛日报》8 月 4 日综合人民网相关报道，并称中国总理朱镕基知道此事后大为震怒。香港凤凰卫视资讯台在 8 月 3 日晚的《新闻今日谈》节目中，

1 本文原载于《新闻传播》2001 年第 5 期。



选择了两条新闻进行评述，一条是金正日访问莫斯科；一条就是广西南丹事故。新闻评论员何亮亮在评述中称，若不是人民网的报道，此次事故完全有可能被遮掩过去。

时至 8 月 3 日，新华社发稿确认此次事故。同日，中央派出国家经贸委主任李荣融前往调查。中央电视台记者组同行。8 月 4 日晚，中央电视台《新闻联播》报道此次事故。

广大网友对人民网在这次报道中的出色表现给予了高度赞扬。纷纷在各大论坛中留言：“今年的最高新闻奖应该颁给人民网”；“向人民网和所有不怕死亡威胁而揭露此事的记者们致敬，你们是当代中国的脊梁！！！！”；“在这里我要感谢人民网的记者们，你们在这次南丹事故的报道中率先揭盖子，并且不顾个人安危进行了一系列的追踪报道最终引起了中央领导的重视，为广大人民群众特别是遇难者的家属们伸张了正义。你们的职业道德和正义感非常令人尊敬。希望你们能再接再厉拿起舆论监督这个有力的武器，将各种徇私枉法草菅人命的事件曝光，人民群众是永远支持你们的”；“此次采访南丹的记者姓甚名谁？俺要代表老百姓谢谢他呢”；“请来强国论坛做甲兵（嘉宾），俺们要好好鼓励他一下”；“要是这些记者能够在任何事件上都这样，媒体的声誉可就会大幅提升了”。

东方网对“蜘蛛人”攀登金茂大厦的独家报道充满动感魅力

2001 年 2 月 18 日下午 4 点多，一个消息传到上海东方网的编辑部：一身份不明者正在徒手攀登位于浦东陆家嘴的“中国第一高楼”——金茂大厦。

提供这一突来信息的是东方网市场部的员工林霁。当天下午 3 点多，林霁在金茂大厦对面的一家四川餐厅吃饭，猛然发现有人正在攀登金茂大厦，于是用手机在第一时间向编辑部进行了通报，而且在记者没有赶到之前，充当起现场播报员的角色，不断将目击到的情况通过手机进行报告：“蜘蛛人”已爬到××层了。编辑部在值班新闻主管的主持下立刻行动起来，下午 4 点 30 分，东方网要闻区“今日关注”中首先发布了一句话新闻《快讯：一身份不明者正攀爬中国第一高楼》。东方网领导闻讯后，立即拍板：一定要最早、最好地发布这条突发新闻！编辑部考虑到当天没有其他重要新闻，决定将后续报道全部放在“今日关注”中，对其进行强化处理。沈瑛华是第一个赶到现场的文字记者，对于这样一种“进行态”的新闻，为了第一时间进行报道，她也只能不断用手机报告最新情况，同时用数码相机拍下现场的情景。接下来，编辑部就是不断接听沈瑛华和林霁打来的电话，一边接听一边录入，有关编辑人员亦紧张地搜集相关资料。东方网在事态发展全过程中，平均 15 分钟左

右就发布一条消息，如《图文：爬楼者是中国人，他已爬到第68层》；《爬楼男子没有攀爬经验他已爬到90层》；《青年男子爬到楼顶已被警方带走》等。沈瑛华回到编辑部后，东方网又迅即在晚上7点17分发出综合报道《无名“蜘蛛人”私攀中国第一高楼》；7点21分发出照片组图《无名“蜘蛛人”攀爬现场目击》。

直到晚上7点29分，其他网站才开始根据东方网的报道，陆续发布有关消息。第二天上午，海内外大批网站、通讯社和传统媒体又根据东方网的报道或被传统媒体转载的报道，纷纷加以传播。

对于这样突如其来的新闻事件，如果当时没有东方网员工的新闻敏感，没有值班编辑的正确判断，没有领导的当机立断，没有记者在第一时间赶到现场，没有编辑部的高效运作，这一过程中缺少了任何一个环节，东方网都不可能产生这一引起轰动的独家报道。

以上两个实例，堪称新闻媒体网站发挥作用的典范，至少可以使我们在认识上对以下五点有进一步的深化：

（一）独家报道、原创内容是传统新闻媒体的优势，毫无疑问也应是作为网络媒体的新闻媒体网站的优势。目前，有关法规规定获得新闻登载权的商业网站只有转载权，而无采访权，也就是说，通常商业门户网站不可能产生重大新闻独家报道，而新闻媒体网站独享政策关照。在这种状况下，新闻媒体网站若不能很好地发挥这一优势，影响力就无从谈起。人民网对广西南丹矿井事故的报道证明，即使是重点新闻网站，其权威性和影响力的确立也绝不是仅靠自身原有的品牌所能带来的，唯有通过对重大事件的及时、真实、全面、客观、公正的报道，才能树立起自身的公信力、影响力和权威性。

（二）新闻媒体网站对突发事件的报道，毕竟有宣传纪律的约束。固然在报道中有许多因素要考虑周全，并掌握一定的“度”，但更重要的是新闻媒体网站必须具有对突发事件快速反应的机制和能力。例如东方网就要求编辑、记者在重大事件发生时，首先想到的不是能不能报，而是本能地在第一时间赶到现场，采访到尽可能详尽的第一手信息。如在龙门吊事故现场，东方网记者当时就拍摄了大量照片，尽管后来这些照片没有刊出。新闻媒体网站要有闻风而动的机制，其反应能力应比传统媒体的要求还要高，要不断提升这种能力，而不是使这种能力萎缩。

（三）加强自己的言论是新闻媒体网站扩展影响力的重要因素。新闻媒体的言论是新闻的解读，其目的和作用是让读者站在今天认识明天。凡成熟的传统媒体尤其是主流新闻媒体都有很强的评论队伍，以便通过言论的方式帮助公众了解新闻事



件的来龙去脉和新闻事件的深层内涵，进而起到引导社会舆论的作用。目前，我国传统新闻媒体的评论及其表现形态尚不能令人满意，新闻媒体网站在这方面就又差了一截。这让我们看到了新闻媒体网站存在的这样一种反差：日发新闻数量可以上千，且是许多网站赶超对方的目标，但却没有或鲜见自己的特色言论。传统新闻媒体的新闻与言论好比鸟之两翼，新闻媒体网站既然是网络媒体，在言论方面的欠缺，就如同缺了一翼。今年以来，人民网等新闻媒体网站开始在首页显著位置发表个人署名的“人民时评”，是一个良好的开端，涉及众多领域和事件，有些引起了网友广泛的关注甚至引起争论。

（四）现代新闻媒体必须具有社会公器的作用，也就是说，应该提供公众发表意见的空间。由于传统媒体上在即时互动上很难实现，在这方面难免受到制约，而网络媒体恰恰可以发挥出最大的优势。在广西南丹矿井事故的报道中，新浪网再次获得广大网友的高度评价。其原因在于，它不仅迅速集纳了各类新闻媒体的报道，而且提供了网友发表评论的空间。最主要的表现形态就是在每一条相关新闻之后，网友都可点击“发表评论”链接，而进入这一事件主题的论坛，并非一般 BBS 议题分散的状态。以“中性传播平台”面貌出现的新浪网，在新闻和信息整合方面有口皆碑，今年以来，在提供公众言论空间方面采取的这一方式，已在许多新闻事件上集中反映了民意和社会舆论。新闻媒体网站可吸收借鉴类似的经验，通过网络的诸多强大功能，去更好地实现社会公器的作用。

（五）从传播规律看，新闻媒体网站拥有自己完全独立的采访权，才可能获取更大更灵活报道空间，才可能根据网络新闻传播的规律，将报道进行得有声有色，产生独特的魅力和影响力。按照已出台的法规，并没有明确否定新闻网站拥有采访权。但新闻主管部门在行使管理职能时，则一直没有开口，即使是新闻媒体网站也没有获得传统新闻媒体等同的独立采访权。目前的实际情况是，新闻媒体网站只有“一时一事”的采访权，如中国网、新华网派员采访“两会”、人民网派员采访澳门回归、千龙网派员采访莫斯科国际奥委会会议，甚至千龙网在本届世界大学生运动会上拿到了 26 多张采访证。即使是这种方式，也使新闻媒体网站的报道空间大为扩充，而取得新闻登载业务的商业门户网站还享受不到这种政策优惠。因此，新闻媒体网站应把握时机不断亮出“大手笔”，迅速扩展自己的影响力。

2002 年

博客为网络传播添利器

2002 年是中国“博客”元年，是互联网 2.0（业界长时间惯用“Web 2.0”，与此对应的是将此前的互联网模式称为“Web 1.0”）阶段的起点，也是今后“自媒体”、“私媒体”、“草根媒体”、“公民媒体”等兴起的开端。博客的兴起进一步推动了互联网传播方式的变革，促成了互联网新的应用模式的建立，从而给整个传播格局带来不可轻视的冲击。

新闻网站顺势猛进

2002 年 3 月 9 日，中共中央办公厅、国务院办公厅发出《关于进一步加强互联网新闻宣传和信息内容安全管理工作的意见》（8 号文件）。这是党中央关于互联网新闻宣传工作的又一个指导性文件。11 月 6 日，国家主席江泽民在会见“电视与广播博物馆国际理事会 2002 年北京年会”与会代表时指出：“互联网的发展尤为迅速，它已成为中国新闻传媒的重要组成部分”。这是党和国家最高领导人首次明确网络媒体的地位。事隔两天，11 月 8 日，江泽民总书记在中共十六大政治报告中又指出：“互联网站要成为传播先进文化的重要阵地”，再次明确网络媒体应发挥的作用。

按照中央制定的《国际互联网新闻宣传事业发展纲要（2000—2002 年）》的要求，到 2002 年底，全国新闻网站已基本形成完整的布局和体系，包括从中央到地方三个梯次：中央重点新闻网站、省级重点新闻网站和中心城市（指省会城市、计划单列市城市及一些地级市）新闻网站。大量的媒体网站、专业新闻网站更构成规模可观的网络新闻传播矩阵。最有代表性的一例是，中国西藏新闻网于 10 月 1 日正式开通。这家投资约 200 万元，由西藏日报社主办，由人民日报社和人民网援建的网站，设



有汉文、藏文、英文 3 个版本，增强了西藏对外宣传的主动性、系统性、针对性和有效性。截至 2002 年底，经国务院新闻办公室正式批准的新闻宣传网站已达 100 多家，成为国内网络新闻传播领域的中坚。

（一）规模继续扩大

规模的扩大还表现在各新闻网站自身的发展。新华网在 8 月启用了位于西单高登大厦 7 层近 3000 平方米的第二办公区，与位于宣武门的总部相加，新华网的工作平台面积达到 4000 多平方米。2000 年初，当时的新华通讯社网站日均发稿量只有三四百条，现通过中（简、繁体）、英、法、西、俄、阿、日等 8 种文字，24 小时不间断地发布新闻，最多日播发新闻量已超过 5000 条。中央人民广播电台网站新工作平台于 2001 年底建成，2002 年 1 月 1 日，中央人民广播电台网站改版，正式启用新的网站名称“中国广播网”。网站设 9 个频道、300 多个专题栏目以及 8 套广播直播节目和 34 个点播节目，音频文件的容量达到 600GB。中国国际广播电台网站于 2 月 14 日全面改版，并正式定名为“国际在线”（CRI Online），并于 2 月 15 日推出“Radio 4U”频道，将 43 种语言广播全面上线，大大加强了互联网对外宣传报道的力度。不少地方重点新闻宣传网站也加大投入，整合资源，面貌焕然一新。福建东南新闻网于 10 月 18 日正式开通，现有福建日报、厦门日报等 37 家报刊杂志落户这一平台。浙江省三大新闻网站“浙江在线”（浙江日报报业集团主办）、“中国浙江”（浙江省新闻办公室主办）、浙江省电视台网站目前正在整合，“三合一”后的新网站将于 12 月底开通，这是省级新闻网站集中各方资源做大做强的大手笔运作。

（二）报道形态创新

2002 年，中国政治的最重大事件是中国共产党第十六次全国代表大会的召开。新闻网站从 9 月中旬起便陆续推出相关专题，商业网站从 10 月中旬起亦纷纷设立相关专题，表现手段多种多样，各网站间的专题相互链接，有的还举行中共党史知识有奖竞赛等，与报纸、广播、电视等媒体一起，共同营造了空前的宣传声势。

在深度报道方面，1 月 8 日，新华网推出《焦点网谈》，这既是一个独家报道栏目，也是一个深度报道栏目，少时每天一、二个主题，多时每天三、四个主题，亦设有周末版或特别版。以《焦点网谈》为代表的深度报道栏目的诞生，标志着网络媒体报道形态的进一步成熟。

新闻网站在与传统媒体联动和互动报道方面，央视国际网络在 2002 年春节晚会的直播中表现得十分出色。晚会现场首次单独设置网络直播区，三名电视主持人也首次以网络主持人的身份亮相。电视媒体和网络媒体天衣无缝地对接，使这台历史

悠久一年一度最受国内受众欢迎的综艺节目焕发出新的光彩。中央电视台台长赵化勇指出，网络与电视互动应该成为今后央视国际网络发展的重点。

在运用多媒体手段方面，Flash 这一二维动漫技术，更普遍地融入在新闻报道中。Flash 的运用大致可分为两类：短片形态和示意图形态。前者通过诸如动漫主持人播报、将大量新闻照片或将某一新闻事件专门绘制后综合编排成一个类似短片的形态；后者则是描绘再现某一新闻事件的关键过程或新闻中读者十分感兴趣而仅用文字很难说清的某些要素。这两种形态的运用在年内都有新的规模扩展和水平提高。9 月 1 日，千龙网推出新的 Flash 新闻栏目《Flash 今日》（注：2001 年 3 月，千龙网推出《Flash 七日》，是国内网站进行 Flash 新闻报道的首次尝试）每周一至周五 14 时准点推出当日一期。在 6 月韩日世界杯足球赛期间，新浪以最快速度用 Flash 将每一场比赛每一个进球的情景再现，成为世界杯网络媒体报道中的新亮点。比较而言，千龙网的 Flash 新闻短片和新浪网的 Flash 新闻示意图是目前国内网络媒体中做得最出色的。

由于网络媒体报道形态的成熟及网络新闻影响力的扩大，近两年来一些省份已将其纳入新闻奖的评选。湖北省是全国第一个进行网络新闻奖评选的省份，自 2000 年起至今已经评选了三届，并将此项评选纳入省新闻奖评选。2002 年 4、5 月间，浙江省网络工委组织了第一次（2001 年度）好新闻评选，分为原创好新闻、好频道、好专题、好网页、传播创新五类。中国记协及时注意到社会上要求设立网络新闻奖的呼声和一些地方网络媒体已进行评奖的新动向，年内对此进行了专题调研。

（三）经营领域拓展

近二、三年来，新闻网站不断通过信息销售及增值、网上订报刊、网上购物、网上票务、提供域名注册、页面制作、主机托管、虚拟空间租赁等服务等形式主动走向市场，增强盈利能力。

从 2001 年起，国内手机短信息市场呈现火爆局面。到 2002 年底，手机用户总数将突破 2 亿，目前至少有 5500 万人使用手机短信业务，中国移动通信每月的短信发送量超过 13 亿条。今年 10 月，中国移动通信又推出“彩信”业务。在这一新兴领域和市场中，除了移动通信运营商外，最大的受益者就是各类内容提供商。如果说，去年主要是几大门户网站开展了这项业务，而在今年，大部分新闻网站也都积极地开展了这项业务，而门户网站更是大力拓展这项业务，成为其营收的一个重要来源。

网络（在线）游戏是国内互联网业快速增长的又一领域。2001 年国内网络游戏市场销售额超过 3 亿元，增长率达到 52% 以上；2002 年上半年的市场规模达到 2.85



亿元；预估未来三年将以 115% 左右的平均速度增长。以往网络游戏仅限于专门的游戏网站和门户网站的游戏频道经营，进入 2002 年，不少新闻网站亦开始涉足这一领域。如上海东方网、浙江在线等与有关游戏厂商合作提供给玩家一个出色的游戏平台。

2001 年 4 月，东方网利用品牌优势推出“东方网点”工程，将网吧建设纳入科学管理、合法经营、健康有序的轨道。12 月，上海东方网点连锁管理有限公司注册成立。2002 年内东方网点连锁店形成规模，目前，已拥有连锁加盟店 238 家，占上海网吧总量的三分之一。网吧在中国一方面有巨大的市场需求，另一方面产生众多的社会问题。上海的思路是采取国有资本资源主控、吸纳社会优势资源参与，连锁加盟，特许经营的模式来引领网吧的健康发展。2002 年 7 月 11 日，东方网投资上千万元建成的全国首家智能化网吧中央管理平台通过了国家信息安全测评认证中心上海中心的 A 级资格审定。东方网总经理李智平指出，通过中央管理平台可以使网吧中的一些负面的东西得到有效的遏止，从这个意义上说，它是一个“严厉的管家”，但是管并不是我们的全部目的，管是为了健康发展，要发展就要提供良好的服务，所以我们不但要做一个“严厉的管家”，还要做好一个“聪明的公仆”。“东方网点”工程是东方网经营业务的扩展，不仅产生良好的社会效益，也将给自身带来良好的经济效益。

2002 年，网络媒体在经营领域的拓展和探索呈现多样化。如 YNET.COM（北京青年报网站）于 7 月 16 日正式推出汽车“团购”网站，此后短短三个月的时间，共销售汽车 326 辆，销售量相当于北京中等规模的汽车经销商。在此基础上，YNET.COM 加大力度，于 10 月 22 日宣布成立基于“团购”的崭新电子商务平台“Tuangou.com 商务中心”，并与中国银行结成战略合作伙伴关系。目前 Tuangou.com 商务中心已正式推出汽车团购、房产团购、建材团购等三个商务平台，还将推出定位于高端市场与前卫产品的数码产品团购商务平台。

门户网站实现赢利

（一）门户新闻竞争

三大门户网站新浪、搜狐、网易在新闻领域始终存在激烈竞争。2001 年夏，网易曾决心缩短与新浪的差距，于是在制作、刊发新闻方面进行改进，但毕竟受各种因素制约，力度不大，不到半年便偃旗息鼓，并在 2002 年彻底淡化在网络新闻领域

中与他人一争高低的态势。而搜狐新闻中心则在高层决断下，经过精心准备于 2001 年 12 月 12 日全面改版，掀赶超新浪之浪，此次决心之大、力度之大表现出前所未有的咄咄逼人之势。除了优化即时新闻部分外，新开辟了《搜狐视线》栏目，力求将以往海量的新闻改变成有针对性的新闻，改变网上新闻的纯报摘形态，通过深度报道表达出观点和倾向性，明确提出搜狐视线的价值观为：人文关怀、社会责任感、媒体公信力。2002 年内，搜狐将这一形态日益完善，于 6 月推出《视线周刊》，定位于“记录、观察影响时代进展的重大事件，并用我们独有的风格予以表达”。新浪网新闻中心自然不敢掉以轻心，12 月 18 日亦进行改版。2002 年一年下来，原来三家网站新闻中心竞争的格局最终演变为新浪、搜狐两家“龙虎斗”的格局。搜狐于 9 月 2 日首页改版后，再接再厉，新闻中心于 11 月 18 日再次改版，大有愈战愈勇志在必得之势。不管怎样说，新浪和搜狐在竞争中对于网络新闻的相同理解与不同理解及其各有特色的实践，都对网络媒体的新闻报道形态的创新起着探索、推动作用。

（二）门户网站赢利

商业门户网站尤其是在美国纳斯达克（Nasdaq）上市的商业门户网站实现赢利是业界复苏的重要标志。第二、第三季度，搜狐、网易、新浪三大门户网站已先后宣布实现正运营现金流或赢利。新闻媒体对这一变化形容为“互联网迎来熹微曙光”或“挥别网灾阴霾”。一个重要的变化是，网站非广告收入已超过广告收入，新的业务领域尤其是手机短信等快速增长的移动增值服务，已在网站营收中占有重要地位。搜狐公司首席执行官兼总裁张朝阳指出，今天对搜狐公司的定义是“提供互联网新媒体、电子商务、通信、移动增值服务的公司”。年内，“中国网络股”在纳斯达克亦有不俗表现，尤其是网易股价涨势惊人。

政府监管与业界自律齐头并进

2002 年，政府有关部门为了保证互联网健康、有序的发展和信息内容安全，进一步加强了各个环节的管理工作。6 月 27 日，国家新闻出版总署和信息产业部联合发布了《互联网出版管理暂行规定》（8 月 1 日起正式施行），进一步扩大了互联网信息传播的管理范围。5 月 10 日，文化部在全国开展整顿“网吧”专项行动。6 月 16 日，北京“蓝极速”网吧火灾事件之后，文化部、公安部、信息产业部、国家工商总局随即在全国展开“网吧”等上网经营场所专项治理行动。至 9 月底，在全国原有近 20 多万家营业性“网吧”中，得到重新审核批准的为 11 万家，关闭各种问题“网



吧”8 万多家。有关部门认为，对于全国范围内的网吧数量，应当将总数控制在 10 万以内。这个数量将使职能管理部门能有效地进行管理。9 月 29 日，朱镕基总理签发了第 363 号国务院令，公布《互联网上网服务营业场所管理条例》（2002 年 11 月 15 日起施行）。“网吧”等上网经营场所的专项治理行动原定 10 月 1 日结束现已延期至 12 月 31 日。

中国互联网协会（成立于 2001 年 5 月 25 日）成立后不久，即于 2001 年 7 月成立有关行业自律公约，目的是在互联网行业中倡导并建立起“自我约束、相互监督、公平竞争、健康发展”的行业自律机制。2002 年 3 月 26 日，中国互联网协会在人民大会堂召开签约大会，并正式发布《中国互联网行业自律公约》。至 11 月，全国已有 1200 多家单位签约，初步构成了行业自律工作开展的格局。协会亦成立公约执行机构——责任与道德工作委员会，专司此项工作的落实。年内，不少省市的签约单位对网站信息进行自查和互查活动。此外，针对病毒邮件及垃圾邮件泛滥的状况，责任与道德工作委员会组织了“反垃圾邮件”的活动，以遏制垃圾邮件快速上升的势头。

网络传播进入博客阶段

互联网将全球一网打尽，它的技术、应用乃至衍生的传播现象具有了普遍性和共同性。当 Weblog（后简化为 Blog）和 Blogger 在美国出现后，中国 IT 界、网络界的精英便关注到它的形态。方兴东、王俊秀、孙坚华等人经过反复斟酌，最终将“Blog”译定为“博客”，并于 8 月 19 日，开通了中国博客（www.blogchina.com），8 月 29 日发布了《中国博客宣言》，从而开启了网络传播新阶段的大门。

最早一批博客是在互联网上具有话语权的知识精英，他们的影响力是伴随中国互联网和中国 IT 产业的发展而形成的。对于博客作者而言，意味着将信息发布的通道做了最大程度的简单化与快捷化，同时最大程度地将编辑的作用进行稀释，使信息的传播和思想的表达更加开放、自由。尽管在开始阶段博客仅限于网络界少数精英份子的小圈子，但这一概念及其实际运作时势必不断扩大其范围和规模。中国博客毕竟存在于中国的传播环境中，他们是在中国文化的熏陶下成长起来的，他们是用母语中文作为表达的工具，同时他们清楚地知道自己生存和发展的空间。

在技术和应用方面带来的变化，一种简洁的表述为：源代码的开放。这是“博客革命的力量之源”，因为它给原有媒体传播格局带来的是一种结构上的颠覆性冲击。

2002 年中国网络媒体与网络传播十大事件

- 11 月 6 日，江泽民指出：“因特网的发展尤为迅速，它已成为中国新闻传媒的重要组成部分”。这是党和国家最高领导人首次明确网络媒体的地位。
- 3 月 9 日，中共中央办公厅、国务院办公厅发出《关于进一步加强互联网新闻宣传和信息内容安全管理工作的意见》（6 号文件）。这是党中央关于互联网新闻宣传工作的又一个指导性文件。
- 3 月 26 日，中国互联网协会正式发布《中国互联网行业自律公约》，业界自律开始成为互联网治理的重要组成部分。
- 6 月 27 日，国家新闻出版总署和信息产业部联合发布了《互联网出版管理暂行规定》（8 月 1 日起正式施行），进一步扩大了互联网信息传播的管理范围。
- 7 月 11 日，上海东方网投资开发的全国首家智能化网吧中央管理平台通过鉴定，年内“东方网点”连锁店形成规模，开辟了由网络媒体主持对网吧实现“规模经营、有效控制”的新路子。
- 8 月 19 日，博客中国网站开通，成为博客元年的标志。
- 9 月 25 日，由中国网推动的“搜索互联”启动，形成全国新闻网站联手打造中国搜索引擎的态势。
- 5 月 28 日，国内首家网络媒体企业研究院——（北京千龙网）千龙研究院正式成立，成为支持网络媒体发展的重要智力基地。
- 年内，搜狐、网易、新浪三大门户网站先后宣布实现正运营现金流或赢利，显示中国互联网正在告别“冬天”。
- 网站提供手机短信服务进入规模化，不仅开辟了利用手机终端传播新闻信息的新途径，而且成为赢利的新手段。

延伸阅读：中国博客的自白——《博客——e 时代的盗火者》读后记¹

中国博客出书了。

作者是中国博客的领军人物——方兴东和王俊秀。

时间是 2003 年 8 月。

¹ 本文于 2003 年 8 月 31 日首发博客中国网站。



距 2002 年 8 月开通的博客中国网站刚好一年。

如果说，网站的开通是中国博客兴起的标志，并作出了自己的宣言，那么这本书就是中国博客的“自白”。

既然是自白，就要回答“你从哪里来”，“你要干什么”，“你要走向何方”等问题。

既要回答他人，也需自问自答。

这份自白给我留下深刻印象的两点是：博客现象的国际性和中国博客的本土化。

中国博客是全球博客中的一支，它是在美国博客的直接影响下出现的，它的发展也必然会不断受到全球博客技术及思维方式行为方式的影响。

互联网将全球一网打尽，它的技术乃至衍生的传播现象具有了共同性，例如“客系列”，不论是黑客还是博客，都成为一种国际现象。互联网诞生在美国，博客自然也就发轫于美国，美国博客的形态不仅最为充分，产生的作用和影响也十分巨大。最典型的例子是为各国博客奉为祖师爷的麦特·德拉吉（Matt Drudge）。

今天的中国博客是由中国互联网最早一批的实践者、观察者和评论者构成的，他们早在 1998 年就注意到并开始向国内受众介绍德拉吉及其网站“德拉吉报道”（Drudge Report）。

就技术带来的变化，博客用最简洁的语言表述为：源代码的开放。他们认为这是“博客革命的力量之源”，因为它给原有媒体传播格局带来的是一种解构和颠覆性的冲击。如书中描述的德拉吉对克林顿性丑闻案的揭露、2003 年 Jim Romenesko 对《纽约时报》假新闻案的揭露等。博客不仅在某些丑闻的揭露中发挥了决定性作用，而且在诸如“911”事件和伊拉克战争等重大、突发性事件中，起到了传统媒体无法起到的重大作用。

2002 年是中国博客的“元年”。其标志就是博客中国网站的建立。不论在技术上表现形式上，还是思维方式行为方式表达方式上，就其基本特征而言，中国博客不仅要做到与全球博客的“形似”，而且要做到“神似”是必然的。当然，博客现象的国际性也意味着中国博客的所作所为会对他国博客产生影响，会对全球博客文化做出自己的一份贡献。

中国博客毕竟是在中国大传播环境中生存的，有其独特的特点，国外博客能做的，中国博客未必能做，也未必处处模仿；重要的是，中国博客今天所做的是要对中国社会的进步产生影响。

中国博客是一批在互联网上具有话语权的知识精英，他们的影响力是伴随中国互联网和中国 IT 产业的发展而形成的。几年来，他们“指点江山，激扬文字”，很有些“我们不说，谁说？我们不干，谁干？”的劲头。

书中记载了作者等人如何推敲“Blog”一词的中文表述，并将自己的网站响亮地命名为“博客中国”的全过程。毕竟他们是在中国文化的熏陶下成长起来的，他们用母语中文作为表达的工具，同时他们清楚地知道自己生存和发展的空间是在中国传播这一大环境之中。因此，他们的所作所为又带有中国特色。

2003 年，以“博客中国”网站为基地对互联网色情发起的阻击行动，是中国博客第一场批判现实的战斗。事实上，这次“反黄”是违背了博客原教旨主义的，因为“博客通过网络自由发表自己的网络日志，但网站并不对博客的言论进行有组织的引导和策划，像此次‘博客中国’通过具有极强倾向性的专题策划来发起反黄运动，已经使它具有了媒体的性质”¹。

中国博客这次“反黄”，触犯到一些网站的利益，被认为是导致短信联盟解体的直接因素，甚至有文章指出：“几位所谓的 IT 评论家也是受益者之一，靠攻击别人抬高自己本来就是屡试不爽的法门”²。

谈及这一问题的前提是，国内网络色情在新的技术条件下达到新的传播力度和广度是否是基本事实？这种状况是否应该任其泛滥下去？如果有一种声音及时地加以指出，是否成了大逆不道？

无论如何，中国博客发出了自己的声音，这种勇气本身就是可敬可佩的。至于博客的声音导致短信联盟解体一说，我认为实在是高估了博客的力量。对于在中国现实中已经发生和将要发生的事件中博客起到的作用和力量，小看固然不明智，但过高估计也是不恰当的。

《博客——e 时代的盗火者》是中国博客构建自身理念基础的一项重要建设，亦是集中国博客一年来智慧和能力之大成的一项重要产品。尽管作者遗憾地认为，“用书的形式来表现博客，实在难以充分展示博客的内涵和魅力”。但在我看来，别的不说，本书封面的设计就很到位，在视觉上给人一种深沉的力量——深蓝的底色上衬托着两个突印的白字“博客”。这也是一种表现形式，亦恰如其分地展示了博客的内涵和魅力。希望在未来的发展中，中国博客始终保持自己的本色，并利用各种形式展

1 曹健、孙存照、孙善清，《反黄斗士“博客中国”被黑调查》，《IT 时代周刊》封面文章，2003 年 7 月 20 日出版。

2 田野，《中移动自废短信联盟苦了谁？乐了谁？》，载于《北京青年报》，2003 年 8 月 19 日。



示自己的张力。

最后，特别要指出的是：孙坚华为本书所写的序言十分精彩。他所归纳和提炼的很多观点将使每一个读者能够更准确地认识博客现象，判断博客的地位和作用。作为中国互联网实践和研究的先行者，孙坚华确实起到了 e 时代盗火者、启蒙者、传播者的作用。他是最有资格写本书序言的人。事实证明，尽管他退出互联网江湖多年，但他对互联网传播敏锐的观察、深邃的思考和周密的阐述，依然是他人无法代替的。

2003 年

网络舆论波涛汹涌

2003 年，当众多的国内外重大事件发生时，均可以发现互联网上汹涌的民意表达。如今，广大网民能够通过论坛发帖、新闻跟帖、博客发文、网上签名等多种方式在网上迅速形成舆论，2003 年被称为“网络舆论年”不是偶然的。

网络传播影响

（一）网络传播与政治、民主

2003 年中国网络传播最重要的特征，莫过于互联网对现实政治和社会生活的影响和干预已达到空前活跃的地步。

在非典肆虐期间，胡锦涛总书记在广州对一位医生说：“你的建议非常好，我在网上已经看到了。”温家宝总理在北大宿舍对几位大学生说：“我在网上看到同学们在留言中表达了同全国人民一起抗击非典的决心，令人感动。”这两段简短的谈话，引起国内外广泛的关注和热评。国内网友指出：“胡锦涛同志也经常上网，从一定意义上说，总书记就是我们的网友了，我们和总书记的距离陡然亲近了许多”；“总书记上网浏览，可以尽可能多地、尽可能快地了解来自各个方面的重要信息和民情民意，以便更为迅速、更为确切地把好社会的脉搏。”海外文章则评论道：胡锦涛、温家宝的表白几乎是对中国互联网最大的嘉奖，或者是一个动员令。执政党原有的政治机制，已经无法确保新领导人与实际生活上通下达，严重影响了中南海的施政效率，妨碍抗疫工作的顺利进行，现胡锦涛、温家宝启动互联网作为动员社会资源的手段，也许是新一回合较量的开始。



2002 年 11 月 16 日下午，近两万字的长文《深圳，你被谁抛弃？》在人民网强国论坛和新华网发展论坛分别发出，作者网名“我为伊狂”（实名吕中校）。该文对深圳的竞争力表示忧虑，对深圳政府的效率、治安、二线关口、交通、城市管理、外来人口、生活压力、诚信、人情、文化等多方面提出批评，并指一些大企业将把总部迁离深圳、深圳金融中心地位不保、深圳和香港的合作没有进展等。这篇文章立刻吸引了网友的注意，并很快在网上广为传播，包括市长在内的深圳负责官员在第二天也都仔细阅读了这篇文章。2003 年 1 月 19 日，深圳市长于幼军与文章作者会面，对谈两个半小时。一位市长与网友就一篇网文触及的问题进行面对面交流，这在网络论坛诞生以来还是第一次。于幼军指出，作者并非“唱衰”深圳，而是“爱之深，责之切”，表示政府应有气度聆听包括批评在内的各种声音。1 月 21 日，香港《明报》称，“于幼军此举开创了中共省市级高官与网上批评者当面交流的先河”。

国家领导人和政府要员与网友在线交流也是 2003 年内的一个亮点。3 月 27 日，人大副委员长成思危通过人民网强国论坛；12 月 23 日，外交部长李肇星通过外交部网站中国外交论坛和新华网发展论坛与网民进行在线交流。这是迄今为止中国最高级别的领导与网民对话。

这样的双向互动，无疑有利于社会主义民主建设。网友邵道生 2003 年 9 月 24 日在人民网上发表《欢迎“互联网式的民主”的“社会实验论”》一文，此后一发不可收拾，在一个月的时间内共发表论“互联网式的民主”文章 11 篇。邵道生称这一概念的涵义是：“在‘互联网’这一信息载体中，人们对国家民生大事，尤其是当社会发生突发性事件时，可以尽情地表达自己的意志，说自己想说的话，写自己想写的文章，题材不受限制，网上就像开了锅似地，立即沸腾了起来，无人组织，无人引导，具有较为彻底的自发性、独立性、平等性……”12 月 15 日，邵道生又发表《十二论》，阐述了互联网式的民主是中国社会民主渐进式改革重要一环的论点。

互联网的发展不仅会带来经济活动模式的改变，而且会改变人们对公共领域的思考，尤其是对民主的认知。互联网是现实的“镜像”，即现实中的一切都会在互联网上得到反映；另一方面则指互联网能够强有力地作用于现实。回顾在 2003 年内发生的几乎所有的重大事件、突发事件，不论国际国内，互联网已成为当今民意表达最汹涌的场所，这一点已成为不争事实。广大网民能够通过新闻跟帖、论坛上帖、博客发文等方式在网上迅速形成舆论，在众多事件、案件中，如孙志刚案、刘涌案、黄静案、李思怡案、苏秀文案、刘荻案、杜导斌案等，一旦有媒体报道或网民爆料，网络舆论立刻呈现惊涛拍岸之势。其中最具代表性的事件是孙志刚案。2003 年 3 月 17 日晚上，任职于广州某公司的湖北青年孙志刚在前往网吧的路上，被警察以“三

无”人员（无身份证、无暂居证、无用工证明的外来人员）为由押送收容站，后遭到工作人员及其他收容人员的野蛮殴打于 3 月 20 日死亡。事件经媒体披露后，立刻引发网络舆论大哗，一些学者亦上书全国人大，在民意的压力下，有关方面迅速查处了相关责任人，并于 6 月 22 日以国务院令的形式公布了《城市生活无着的流浪乞讨人员救助管理办法》（2003 年 8 月 1 日起施行），1982 年 5 月 12 日国务院发布的《城市流浪乞讨人员收容遣送办法》同时废止。网络舆论被认为发挥了重要作用，不仅对孙志刚之死因进行了追问，而且对收容遣送制度进行了大讨论，导致政府在 3 个月时间内迅速废除一部法规并制定一部法规，这是前所未有的。

（二）网络传播与民族主义

2003 年的网络舆论已呈现出两个鲜明的特征：对内呈现为批判现实，对外则呈现为民族主义。有政治学研究者指出：“民族主义与其说是一种政治学说、意识形态，不如说是一种情绪，或者说是一种情绪化的意识形态，是影响过当今所有重要意识形态的意识形态”¹。随着中国总体实力和国际竞争力的进一步增长，中华民族的自尊心得到极大的提高，与此同时，一些国家对中国的迅速崛起表现出不安，由于各种原因（如历史问题、主权问题、经贸问题、文化问题等）与中国的冲突和摩擦持续不断，因而刺激了国内民族主义的高涨，形成的舆论往往通过网络集中地表现出来。由于民族主义不依赖繁琐理论能抓住普通民众的心，当它一旦与草根表达、快速传播的互联网相结合，无疑便成为一种天然“绝配”，大大增添了民族主义的扩张力和能量。2003 年诞生的“网络民族主义”的概念可以双向定义为：① 基于互联网传播的民族主义言论、情绪和思潮；② 表达、鼓动民族主义情绪，制造、扩散民族主义舆论，并在某些情况下推动现实行动以达到预期目的网络传播行为。

2003 年在中日关系上，接连发生的一些事件使中国网民的“反日”情绪达到高潮：2003 年 6 月，国内民间组织为宣示主权首次发起登上钓鱼岛活动遭到日方强力阻挠；8 月，京沪高速铁路技术方案计划使用日本技术；8 月 4 日，齐齐哈尔发生侵华日军遗留毒气弹伤害中国民众；9 月 18 日（这一天被中国人视为“国耻日”），日本游客集体赴珠海嫖娼；10 月 29 日，西北大学日本留学生在演出时丑化中国。这些事件引起中国网民的强烈反响，甚至导致民众上街举行抗议行动。近两年来，网络签名成为网络舆论、网络民意的一种新的表达方式。发起网上签名行动后，响应签名者少则数百人，多则数千数万人。2003 年规模最大的当数“爱国者同盟”等 7 家网站发起的“对日索赔百万网民签名活动”。此举是“8.4 事件”（侵华日军遗留化学

1 刘军宁，《民族主义四面观》。



武器在齐齐哈尔泄露）导致的，历时一个月的网上签名活动最终征集到 1119248 个网友及 12518 个网站签名。9 月 18 日，活动组织者将 4000 多页的网民签名递交日本驻华大使馆。种种事件显示，网上网下活动的结合与互动已达到相当规模。

（三）网络传播与色情、性

如今，任何一个网民都可以感受到色情和性内容在国内互联网上已达到空前泛滥的地步。固然社会生活层面的变化在互联网上必然有所反映，但互联网功能及技术发展所带来的便捷，网站经营者为达赢利目的大肆进行的传播，无疑是造成这一状况的根本原因。

辽宁省锦州渤海大学教师王吉鹏在博客中国网站上发表系列反网络色情文章及网名为“木子美”（原名李丽）的年轻女性发表网络日志《遗情书》，是 2003 年国内互联网传播的轰动事件。

从 6 月 18 日起，王吉鹏等人以“博客中国”为阵地对网上色情发起了声讨和批判，发表了《网站 CEO 的下一个称呼：老鸨——谈谈网络色情》等一系列犀利的文章。6 月 23 日，“博客中国”网站正式推出“中国互联网呼唤‘反黄’运动”专题。有评论指出：“事实上，这次‘反黄’是违背了博客原教旨主义的，因为博客通过网络自由发表自己的网络日志，但网站并不对博客的言论进行有组织的引导和策划，像此次‘博客中国’通过具有极强倾向性的专题策划来发起反黄运动，已经使它有了媒体的性质”。“博客中国”也为此付出了代价，从 7 月 4 日晚到 7 月 10 日上午 10 点，遭受到长达 140 小时的网上攻击，而王吉鹏甚至多次接到威胁电话。

从 6 月 19 日起，木子美在博客中文站开辟了个人空间（muzimei.blogone.net），发表名为《遗情书》的私人日记，记述与不同男性之间的性爱经历，从此在互联网一路走红。《遗情书》经历了网上个人传播、小众传播阶段，至 11 月由于众多新闻媒体的报道和门户网站的专题报道，直至《遗情书》印刷出版，发展到大众传播阶段，其名其文几乎到了无人不知的地步，网上对其行为的评价更是吵翻了天。网友从传播角度争论的焦点是：木子美这样的文字是否涉嫌色情；这样的文字是否会对社会尤其是青少年产生负面影响；即使是网上传播是否应有底线；新闻媒体报道和网络媒体报道应把握何种尺度，等。

以上两个事件使 2002 年才在国内出现的“博客”概念得到意外的普及，进入大众的视野。由于木子美事件的冲击，博客中国网站于 11 月 16 日刊发《博客道德规范倡议书》，指出：“开放、自由、率性是博客精神所在，也是魅力所在。但是，任何一个负责任的博客都应该，而且必须认识到：我们是在通过网络，向社会公众发表

我们的文字。因此，我们必须对我们的读者和社会承担责任和义务，必须遵循应有的道德规范和伦理准则。”为此，提出了博客应遵守的三项原则：诚实和公正原则、伤害最小化原则和承担责任原则。

尽管众多的互联网管理部门，对木子美事件并未直接表态，但强调网络媒体的社会责任是 2003 年的主题。国务院新闻办公室副主任蔡明照指出：“互联网本身是先进技术的成果，互联网的普及是社会进步的标志，如果在这个先进的时代列车上，装载着的是色情、暴力、邪教、迷信等社会的垃圾，那就抹杀了互联网的先进性，所有网络媒体的从业人员应该正确认识互联网的发展，与社会进步之间的关系，正确认识互联网的发展方向，凡是对社会进步有利的事就大力弘扬，凡是对社会进步不利的事就坚决反对，使互联网成为社会进步的助推剂。”¹

网络媒体建设与网络新闻报道

（一）阵容加强

2003 年 8 月，中央相继发出《关于进一步改进和加强国内突发事件新闻报道工作的通知》和《中共中央宣传部关于当前思想理论领域的形势和下一步工作措施》两个文件。文件再次强调：要切实加强重点新闻网站建设，要高度重视互联网上的报道。

年内，中央、地方重点新闻网站的建设又上了一个新台阶。1 月 15 日，国务院新闻办公室正式将中国经济网（经济日报主办的网站）列入中央重点新闻网站序列。7 月 28 日，中国经济网正式开通。若干地方重点新闻网站也建成开通，如东北新闻网（辽宁省）于 1 月 1 日正式开通；宁夏新闻网于 8 月 6 日正式开通；内蒙古新闻网于 11 月 26 日正式开通。

中央重点新闻网站“国际在线”（中国国际广播电台网站）至 12 月底已将 38 种外语上网，不仅成为中国语种最多的网站，而且上网语言的数量（加上中文共 39 种）在世界上也跃居第一。到年底为止，获得国务院新闻办公室批准具有新闻登载权的网站已达 150 多家。经过四年多的大力建设，一个以中央重点新闻网站为龙头、地

1 《2003 中国网络媒体论坛在京开幕》，载于 2003 年 10 月 10 日新华网。http://news.xinhuanet.com/newmedia/2003-10/10/content_1117403.htm



方重点新闻网站为骨干、商业门户网站发挥积极作用的中国互联网新闻报道体系的格局已经形成。

为适应报道的需要，年内几乎所有重要的网络媒体都进行了大规模改版。同时，在一系列重大事件报道中，网络媒体与网络媒体之间，网络媒体与传统媒体之间进行全方位、多形式的合作，是前所未有的。不仅如此，有的还联手创造出网络媒体报道新形态，如中国江苏、浙江在线、东方网三家地方重点新闻网站于 4 月至 6 月举行了“点击长三角——江浙沪新闻网站联合采访活动”，此举在国内新闻网站中尚属首次。

为了推动文化体制改革和推进文化产业发展，在 2003 年 7 月中央的文件中，已将一批单位确定为试点，其中新闻及出版单位共 20 家。试点新闻单位不仅要重新审视自己的发展战略，而且这些媒体网站也需要对自己的定位给予调整。如北京青年报今后的发展已不是以目前单纯的报业集团为目标，而是定位在具有强大实力的传媒集团；与此同时，其网站 YNET（其网站北青网 ynet.com）也将充分考虑赢利点，将自身的定位调整到企业型的信息网站。

（二）能量巨大

在重大事件、突发事件发生时，网络媒体的作用十分突出，能量十分巨大。

如 20 日上午 10 时 30 分（北京时间）许，美国对伊拉克发动空袭，举世关注的伊拉克战争爆发。10 点 33 分，新华社巴格达报道员贾迈勒向全世界发出第一条英文快讯；10 点 34 分，新华网据此迅速发出中文快讯，在全球互联网站中率先播报。新浪、搜狐不约而同地把网站首页改换成了美伊战争的专题页面，各新闻网站亦迅速推出早就准备好的专题，多种形态的新闻报道亦进入滚动播出甚至视频直播的状态。

2003 年非典发生期间，北京 8 家网络媒体从 4 月 23 日至 6 月 24 日旅游解禁，有关“非典”新闻发布累计达到 11.67 万条，共制作有关“非典”防治专题 90 多个，专题页面浏览量累计约 9.03 亿人次。在疫情最严重的时候，针对北京封城、飞机撒药等谣言，各网站在北京市政府新闻办公室的指导下及时发布辟谣新闻，迅速稳定了社会和民心。搜狐曾以新闻中心全体编辑的名义宣称：“当疫情猖獗时，当谣言作乱时，当恐惧开始滋生时，当下一个未知的困难狞笑时，搜狐希望做一个负责任的平台”，表现出网络媒体的社会责任意识。在谈到 SARS（非典）期间互联网传播时，不能不提到北京 9 岁女孩袁日涉 4 月 20 日推出的“袁日涉抗击非典网”。从她的同龄人到 70 岁老人，从医护工作者到新闻记者，从国内一般民众到国外留学生，凡浏览过这一网站的，无不被其乐观的童心所感动所鼓舞。一个红领巾表现出的精神境

界让人可敬可佩。

2003年10月15日至16日,“神州5号”载人航天的成功发射和回收,是引起全世界轰动的大事件。在电视不能够进行现场直播的情况下,网络媒体再一次让人们领略了其传播能量。10月15日上午9时零分12秒,新华网在全球互联网站中率先播报中国首次载人航天发射的消息,并以中文、英文、法文、西班牙文、俄文和阿拉伯文不断滚动播报,各大网站纷纷转载。记录数据显示,新华网访问量比平时增长了5.5倍,比伊拉克战争期间增长了近13倍,再创历史新高。国际著名搜索引擎alexa.com统计显示,16日新华网在全球1000万个网站中的排名猛升至54位,在世界主要通讯社网站中遥遥领先。新浪网15日的访问量超过1亿人次,发布的新闻、文章数量超过3000条,同时网站还在第一时间向20多万短信新闻用户实时发布了飞船发射的头条新闻短信。新浪网在飞船发射后就启动了长达18小时的视频和图文直播,并制作了20段视频和35个Flash,此外,还推出近20次与航天专家和前方记者的在线访谈及电话连线。

不可否认,由于网络媒体的价值取向、竞争压力、网络编辑素质等因素,发生假新闻和报道失实的情况在2003年也达到严重的地步。3月29日,中国日报(China Daily)网站刊发“微软总裁比尔·盖茨在洛杉矶遭到暗杀身亡”的假新闻是最典型一例。假新闻和失实报道不论对当事方还是对社会,都有巨大的杀伤力,如何从运作机制上避免此类事件发生,是网络媒体急待解决的重要问题。

(三) 形式创新

在技术手段的支持下,网络媒体的传播形式也在不断创新。如中青在线3月17日至4月13日举办了首届网络论坛辩论大赛。设立的“网络是否有利于人际交往?”“中国青年为何‘仇日亲美’?”等6个辩题,引起网友的热烈交锋。在伊拉克战争期间,新浪网首推PDA(Personal Digital Assistant,个人数字助理)新闻,打出“用PDA阅读美伊战事滚动新闻”的招牌。在神州5号载人飞船发射之际,千龙网与北京联通携手,推出WAP新闻直播,从10月15日早9时到16日晚17时,共同发布“神5”新闻600余条,平均每5分钟就有一条最新消息供WAP手机用户接收。

中国手机用户已达2.5亿,是中国互联网7800万用户的3倍多;手机短信的发送量估计年内将达到1700亿条,占全世界短信量的1/3。这样的用户规模和使用规模,必然能产生巨大的传播能量和巨大的经济收益。表明中国手机短信技术不断攀升在2003年最具象征意义的事件是,手机短信“秀”上了珠峰:4月25日13时28分,中国移动通信集团在海拔5200米的珠峰大本营开通移动通信业务,利用GPRS技术实现了无线上网、发彩信及文字数据;5月22日下午15时,伴随着中国



登山队登上珠峰，人类历史上第一条来自 8848 米峰顶的短信成功传回。在这次活动中，搜狐公司做出了重要贡献。如今，在手机诸多的功能中，短信定制新闻已成为人们随时随地接收新闻的重要媒体形态，于是也就有了“第五媒体”的比喻。

在宽带用户迅速扩大的情况下，网络媒体提供的音视频内容越来越多，甚至很多时候提供“独家视频”。南方网还开发出“N 对 N”的视频系统，可以提供用户在特殊场合及一般场合的服务。门户网站、重点新闻网站通常都设有访谈栏目，会邀请各界名人前往与网友互动交流，这类栏目的出现亦催生了网络主持人的诞生和网络视频内容的扩展。如 TOM 于 2003 年 11 月 3 日推出了一个全新的视频新闻述评节目《大话新闻》，每周一至周五下午 2 点至 2 点 30 分在网上直播，随后驻留在网上可供用户随时点播。通过这一栏目可以发现，就其形式而言，网络新闻主持人与电视新闻主持人如今已没有本质区别。

中国日报（China Daily）网站于 9 月 2 日创办了《21 世纪小学生英文报》，这是国内网络媒体首次直接办报，紧接着 9 月 15 日又开通了与之相配合的专题网站。中国日报网站此举不仅充分实现了报纸与网络的互动，也是抓住教育作为自己发展的一个支点所迈出的重要一步。中国日报社还与美国 X3D 技术公司合作，于 10 月 23 日在美国开通“中国文化网”，运用三维立体图像，展示中国古代文化成就和当今文化发展情况，搭建了基于先进技术的中美文化交流的网络传播平台。

（四）新闻传播专业网站与传媒频道

2002 年 12 月 26 日，由中国社会科学院新闻与传播研究所主办的“传播研究网”开通，经过近一年的建设，已具有一定的规模，在内容建设和影响力方面呈现出良好的上升态势。遗憾的是，根据中国社会科学院计算机网络中心“已在院外以独立域名运作的所级网站，原则上都应尽快挂回院网”的最新文件要求，网站于 2003 年 11 月 26 日停止运作，恢复成中国社会科学院网站二级网页的旧态。

2003 年内，门户网站与重点新闻网站纷纷推出传媒频道是一道新的景观。1 月 17 日，新浪网传媒观察频道开通；3 月 6 日，千龙传媒频道由原来的“新闻社区”全新改版推出；3 月 18 日，搜狐传媒频道开通；6 月 2 日，新华网传媒频道全新改版推出；6 月 12 日，人民网传媒频道开通。这些传媒频道定位于观察传播媒介、报道业内资讯，关注行业热点、解析传播现象，交流学术观点、提供实用服务，为业界和学界人士搭建起了共享、互动、开放的交流平台，并成为网站的一个特色专业频道。

网络媒体与网络传播管理

我国对网络新闻和网络出版的管理，国务院新闻办公室和国家新闻出版总署已先后在 2000 年和 2002 年出台管理办法。对音视频内容上网进行管理的机构是国家广播电影电视总局，2003 年 1 月，广电总局发布《互联网等信息网络传播视听节目管理办法》（总局 15 号令，2003 年 2 月 10 日起执行）。该最新管理规定指出：本办法所称的信息网络，是指通过无线或有线链路相连接，采用卫星、微波、光纤、同轴电缆、双绞线等具体物理形态，架构在互联网或其他软件平台基础上，用于信息传输的传播系统；本办法所称的视听节目，是指在表现形式上类同于广播电视节目或电影片，由可连续运动的图像或可连续收听的声音组成的节目；本办法所称的信息网络传播视听节目，是指通过包括互联网在内的各种信息网络，将视听节目登载在网络上或者通过网络发送到用户端，供公众在线收看或下载收看的活动，包括流媒体播放、互联网组播、数据广播、IP 广播和点播等。

2003 年 5 月 10 日，文化部发布《互联网文化管理暂行规定》（文化部第 27 号令，自 2003 年 7 月 1 日起执行），其管理对象为通过互联网生产、传播和流通的音像制品、游戏产品、演出剧（节）目、艺术品、动画等互联网文化产品。我国目前对互联网的管理，基本上传统媒体管理机构将各自原来管理的范围延伸到互联网上，因此出现不少新问题。如文化部、广电总局、新闻出版总署已发布管理办法中的某些部分不可避免地形成了重叠。其实，目前的互联网多头管理不仅有重叠，同时也有真空地带。这些发展中出现的新课题，有待在更高层次协调解决，以新的管理思路去推动中国互联网内容产业的更快发展。

实践证明，加强互联网行业和网站的自律机制建设是符合互联网特点的有效措施。因此，在国务院新闻办公室网络新闻宣传局的主导下，中国互联网协会互联网新闻信息服务工作委员会于 2003 年 12 月 8 日在北京正式成立。该委员会作为中国互联网协会的工作机构，将组织制订和实施互联网新闻信息服务自律规范，开展自律教育活动。为加强行业自律，人民网、新华网、中国网、新浪网、搜狐网、网易网等参加会议的 30 多家互联网新闻信息服务单位共同签署了《互联网新闻信息服务自律公约》，承诺自觉接受政府管理和公众监督，坚决抵制淫秽、色情、迷信等有害信息的网上传播，抵制与中华民族优秀传统文化传统和道德规范相违背的信息内容。



2003 年中国网络媒体与网络传播十大事件

- 1 月 19 日，深圳市长于幼军与《深圳，你被谁抛弃？》一文的作者、网友“我为伊狂”（实名“弼中校”）会面，成为地方领导直接听取网民意见建议的首例。
- 2 月 10 日，国家广播电影电视总局制定的《互联网等信息网络传播视听节目管理办法》（总局 15 号令）开始执行，标志着广电总局成为网络视听内容的行政监管部门。
- 3 月，孙志刚案发生后在网上掀起舆论风暴，政府在民意的压力下于 6 月废除“收容法”，成为“网络舆论年”的标志性事件。
- 3 月 29 日，中国日报（China Daily）网站刊发“微软总裁比尔·盖茨在洛杉矶遭到暗杀身亡”的报道，成为重点新闻网站发生的第一起有重大影响的假新闻事件。
- 5 月 10 日，文化部发布《互联网文化管理暂行规定》（文化部第 27 号令，自 2003 年 7 月 1 日起执行），标志着文化部成为中国互联网的又一个行政监管部门。
- 6 月 19 日，网名为“木子美”的年轻女性在博客中文站上开始发表网络日志《遗情书》，大胆的内容和描写对博客的传播发挥了呼风唤雨的作用。
- 6 月 23 日，“博客中国”正式推出“中国互联网呼唤‘反黄’运动”专题，成为由网站发起的净化网络环境的首次行动。
- 9 月 18 日，爱国者同盟等 7 家网站发起的“对日索赔百万网民签名活动”征集的签名（打印 4000 多页）递交日本驻华大使馆，成为中国网民第一次涉外表达的大规模网络签名活动。
- 12 月 8 日，中国互联网协会互联网新闻信息服务工作委员会在北京成立，成为业界自律机制建立的重要一步。
- 年内，有代表性的重点新闻网站和门户网站开设“传媒频道”，旨在更紧密地建立与传统新闻媒体界及新闻传播学术界的联系与合作。

延伸阅读：“非典”（SARS）危机中的中国互联网

自从 20 世纪 90 年代中期，互联网逐渐成为各国社会普遍使用的工具以来，它就在社会重大危机的应对中发挥作用。随着互联网功能的扩展和提升，随着使用人群规模的飞速增长，它在危机应对中的贡献也就越大。

中国 1994 年接入互联网，经过 10 年的快速发展，全社会的应用规模和水平已达到相当程度。因此，当灾难突然来临时，在全社会的应对中，互联网已能够明显地发挥其独特的作用。

2003 年爆发的“非典”¹是全球众多国家和地区面临的一场疫病危机，其中中国内地是重灾区。根据世界卫生组织的统计，日内瓦时间 2002 年 11 月 1 日至 2003 年 6 月 9 日下午 2 时，席卷 30 余个国家和地区的 SARS 疫情，已经导致全球累计临床报告病例 8421 例，其中中国内地 5328 例，占 63%；全球死亡病例 784 例，其中中国内地 340 例，占 44%。

“非典”自 2002 年 11 月在我国内地出现病例并开始大范围流行，大致可以分为两个阶段：2002 年 11 月至 2003 年 3 月，疫情主要发生在粤港两地；2003 年 3 月以后，疫情向全国扩散，其中尤以北京为烈。2004 年 6 月 24 日，世界卫生组织（WHO）宣布解除对北京的旅游禁令，表明中国内地抗击“非典”取得胜利。

中国新闻媒体和网络媒体在这场危机中的信息传播状况，可以以 2003 年 4 月 20 日中央宣布解除卫生部长张文康、北京市市长孟学农的职务为界，划分为两大阶段：4 月 20 日前，政府对“非典”传播状况的信息严格管制；4 月 20 日后，政府动员全社会打响一场扑灭“非典”的人民战争，信息报道予以放开。

2003 年的“非典”，全面检验了我国应对大面积疫病危机的机制和能力。从政府、媒体（包括网络媒体）与危机应对的关系看，“非典”留给我们最大的教训是：灾难性危机如果处理不当，则可能转化为社会危机，直至政府危机；当灾难性危机来临时，社会的波动、公众的恐慌、谣言的流传止于信息及时的公开；当灾难性危机发生时，媒体更要突显社会责任感，发挥比“常态”下更重要的作用；为了有效地应对灾难性危机，必须建立高效的信息网络系统。

在 2003 年的“非典”危机中，互联网对社会的作用再次被彰显。互联网并不能解决社会所有的问题，但作为一种功能强大的工具和手段，在社会遇到最紧迫的挑战时，它可以在多方面做出贡献。尽管互联网在危机中也会不可避免地产生一定的负面作用，但只要善用它，就可以将正面作用发挥至极致，成为应对危机的重要制胜武器。

1 非典型肺炎（Atypical Pneumonia）系该病流行初期所定名称，在中国内地，通常简称为“非典”。2003 年 3 月 15 日，世界卫生组织（WHO）重新定名为：严重急性呼吸系统综合症（Severe Acute Respiratory Syndrome, SARS）。



第一阶段：互联网的另类媒体作用

这里所说互联网的“另类媒体”作用，是指在重大事件发生时，它的主要部分（如政府网站、新闻网站、门户网站等）对信息未能发挥及时、公开、客观、全面报道的作用，而信息传播主要是通过论坛、电子邮件通信等手段辗转实现的，同时大量的谣言亦通过相应渠道得以快速传播。

“非典”在中国内地开始大面积传播并引起社会恐慌是在 2003 年 2 月的广州。受新闻报道体制所限，主流新闻媒体未能及时进行公开报道。在此情况下，互联网、电话、手机短信成为传播相关信息的主渠道。2 月 8 日，广州“非典”发病率进入高峰，市属各医院发现病人数量迅速增加。当天，社会上开始出现抢购白醋、板蓝根等风潮。“广州发生致命流感”以手机短信和口耳相授等形式迅速传播，“据广东移动的短信息流量数据统计：2 月 8 日，4000 万条；9 日，4100 万条；10 日，4500 万条。”¹互联网论坛和电子邮件也在传播同样的信息。据《国际先驱论坛报》报道，世界卫生组织的电子邮箱收进第一封有关广州发生“非典”的匿名信件也是在 2 月 10 日。

广东的新闻媒体及新闻媒体网站于 2 月 9 日开始报道“非典”，具有影响力的门户网站紧随跟进转载。如 2 月 9 日，新浪网转发了第一篇关于广州流行感冒的消息。2 月 10 日，新浪网在首页显要位置，全文转载了《新快报》的一篇报道《初春谨防感冒肺炎专家提醒广大市民注意》，刊发时标题改为《广东发现非典型肺炎病例》，并附有中新网的图片：“广州火车站执勤武警戴口罩”。随后几天关于事件的相关报道一直高踞首页焦点新闻的前几条位置，但从 2 月 14 日起，相关的报道就消失了。新浪网华南分公司市场部负责人称：“我们接到有关方面的通知，不得再报道此事，据说是因为网站有炒作之嫌，我们已经撤下有关的新闻。”搜狐同样在 2 月 9 日发出了第一条关于“广东肺炎”的报道，并随着事态的发展加强了报道的力度，相关论坛和新闻跟帖也活跃起来，但报道同样于 2 月 14 日戛然而止。广东的门户网站 21CN 早就关注到“非典”正在蔓延的态势，考虑到公共利益，于 2 月 7 日按照程序向主管部门询问能否报道，但他们被告知，此事暂不作报道。2 月 9 日，广东省重点新闻网站南方网报道后，21CN 才得以转载相关新闻，并在 2 月 10 日开始制作新闻专题。专题新闻的访问量出现了 3 至 4 倍的增长，每一条新闻的访问量都在数十万以上。

1 杜骏飞，《“非典型肺炎事件”中的传媒危机》，新传播资讯网（<http://www.woxie.com>）2003 年 4 月 28 日刊发。

21CN 的报道同样于 2 月 14 日刹车。¹当时不少新闻媒体和网站的关注重点仍放在在伊拉克战争上，但实际上，“非典”已成为公众关注度最高的新闻。有关“非典”第一波的互联网新闻报道，前后仅 6 天的时间。

3 月初，“非典”侵袭北京，但由于正值“两会”期间（3 月 5 日到 3 月 18 日），这一信息又被长时间隐瞒。在新闻媒体“集体失语”的状况下，互联网及其他通信手段再次成为信息传播的主渠道。4 月 2 日，世界卫生组织发出 55 年来第一次旅行警告，劝告人们不要前往广东和香港。4 月 3 日，卫生部长张文康举行记者会，声称中国安全，“非典”已经得到有效控制，北京只有 12 例“非典”。4 月 4 日，解放军总医院的退休军医蒋彦永致信国内外媒体，以自己掌握的具体数字驳斥了前一天卫生部长张文康在新闻发布会上关于中国已经有效控制“非典”的说法。他表示写这封信的目的是“希望你们（新闻工作者）也能努力为人类的生命和健康负责，用新闻工作者的正直呼声，参加到这一和 SARS 斗争的行列中来。”4 月 9 日，蒋彦永的信件在国外海外新闻媒体及网站上披露。随着形势的严峻，有关“非典”的信息在国内网上论坛及通过电子邮件传播日益频繁，国外海外媒体有关中国“非典”状况的报道、评论，亦通过互联网传播到国内，其中包括世界卫生组织（WHO）官方网站每天发布的各国各地区发病人数统计。当时，“中国新闻封锁导致 SARS 蔓延”等评论纷至沓来，中国政府承受了巨大的国际压力。

中国的新闻传播学者在对“非典”时期媒体报道情况进行调研后，得出了以下结论：“从传播学角度来看，社会上无论发生什么重大事件，如果单纯地想捂住盖住，在目前的传播环境下几乎是不可能的。实际上，我们的大众传播是处在一种与其他传播渠道相互竞争的环境中，这是一种零和一游戏的博弈，此涨彼消，此消彼长。大众传播能够抢得报道时间的制高点，也就是报道及时，就会取得舆论引导的主动权；报道充分，就减少了其他渠道发挥的空间；报道客观，就会让大众传媒建立起应有的公信力，权威性。反之，如果让官方的传播渠道——特别是大众传媒在重大事件中缺席或者遮遮掩掩的话，就主动地为其他非官方的传播渠道传提供了发挥的空间，这些渠道就有了广大的传播市场，流言、谣言、段子就会应运而生，进而引起更大的社会危机。”²

其实，从公民权利的角度看，还不仅仅是知情权的问题。“公民权利包括公民对

-
- 1 《新快报》记者何姗、周琼、禄兴明、欧大明，《关注非典型肺炎：肺炎风波中的三大门户网站》，新传播资讯网（<http://www.woxie.com>）2003 年 2 月 22 日刊发。
 - 2 喻国明、张洪忠、靳一、张燕，《面对重大事件时的传播渠道选择——有关“非典”问题的北京居民调查》，载于 2003 年第 6 期《新闻记者》。



重大社会公共事务的知情权、参与权和对政府的监督权。以 SARS 疫情为例，当这样一种可怕的传染病突然而至时，公众希望从媒体那里获得更加真实的信息，不仅是作为有可能受到疾病侵害的生命体，作为公共卫生系统内的被保护者，而且是作为政治行动意义上的公民。公民有权知道身边正在发生的事情，有权知道这些事情的性质、可能对自己和社会产生的影响，有权知道政府已经或将要采取什么措施，这些措施的效果如何，且有权对政府的不当行为提出批评。而政府作为受托公共权力机构，则有义务如实、及时地向社会通报它所掌握的信息，接受公民的监督，并在此基础上求得公民对政府工作的配合。”¹

危机研究先驱赫尔曼（C.F.Hermann）给“危机”下了一个定义：“危机是威胁到决策集团优先目标的一种形势，在这种形势中，决策集团作出反应的时间非常有限，且形势常常向令决策集团惊奇的方向发展。”²“非典”在中国内地蔓延之势，到了 2003 年 4 月，确实已到了万分严峻的时刻。如果不能在最短的时间内战胜“非典”，这场疫病危机就势必扩展成社会危机、政府危机和执政党危机。中共十六大后中央新一代领导集体的执政能力在这场危机中受到巨大的考验。4 月 17 日，中央政治局召开专门会议，终于做出果断决策并采取一系列非常措施，动员全民战胜“非典”危机。4 月 20 日，中国内地进入全面抗击“非典”的阶段。

第二阶段：互联网的主流媒体作用

从传媒的角度看，即互联网作为“网络媒体”，已经纳入了中国传播体制的框架内，因此，它和报刊、广播电台、电视台一样，只有在 4 月 20 日之后才可能进入全面报道的状态。新闻媒体在灾难性危机中担负着及时准确报道疫情、快速有效破除谣言、凝聚提升公众勇气、增添催发社会关爱的巨大责任。在这一阶段中，网络媒体亦发挥出主流媒体的作用，从内容到形式尽现自己的影响力，其贡献令人刮目相看。

中央和各地的重点新闻网站成为报道的主力军，体现着网上的舆论导向，完全扭转了第一阶段的被动局面。

商业门户网站在这一时刻同样表现出高度的社会责任感。正如搜狐新闻中心全体编辑所宣示的那样：

1 张博树，《SARS 挑战中国的新闻制度》，载于《北京之春》2003 年 8 月号（第 123 期）。

2 中国现代国际关系研究所危机管理与对策研究中心，《国际危机管理概论》（时事出版社 2003 年 3 月出版）第 5 页。

非典型肺炎——这是我们从未遭遇过的一种疾病；

抗击“非典”——这是我们从未准备过的一场战争；

如今“非典”的肆虐，已经迅猛地蔓延出了医学的范畴，对我们每一个人来说，这都是一场前所未有的严峻挑战。

当疫情猖獗时，

当谣言作乱时，

当恐惧开始滋生时，

当下一个未知的困难狞笑时，

搜狐希望做一个负责任的平台。

据北京市人民政府新闻办公室网络处事后统计，从4月23日到6月24日旅游解禁，北京8家网络媒体刊发有关新闻11.67万条，制作专题90个，专题页面浏览量9.03亿次，其中境外浏览量占10%，网民新闻跟帖累计69.7万条，论坛发帖5.48万条。相关新闻短信发布量2560条，每条受众127至300万人次。¹网络媒体传播的能量和规模在这一阶段得到显著体现。

网络媒体动用一切表现手段凝聚人心，采用多种形式为战胜“非典”出谋划策。如当“非典”阴霾即将过去，新浪与YNET（北京青年报网站）承办“SARS 考验中国——中外著名学者网络越洋对话于6月2日晚开通，中、美、英、澳等20多个国家的经济学家就如何最大限度克服和消除SARS对中国经济的影响、中国经济增长的力量和趋势，中国经济危机系统的建立等话题进行讨论。

在“非典”时期，人们获取信息和传递信息异常活跃。互联网的一个特征是可以做到“一人一媒体”、“所有人向所有人进行传播”。就在中国全面打响“非典”反击战的4月20日，一个9岁女孩袁日涉开通了自己所建立的“抗击非典”网站，且很快开设了非典前线、非典防治等10多个栏目。登录这一网站的人，无不被这名九岁女孩的豪言壮语和乐观童心所感动。浏览者从十几岁的学生到七十多岁的老人，从报社记者到医护工作者，纷纷在网站留言版上留言。一位医生留言道：“小袁，你的网站告诉我这样一个道理：乱世里的英雄可以是各种样子的英雄。奋战在一线的人们是英雄，做这个网站的你也应该是啊。作为医生，我很明白人类要在这场战争

1 数据引自北京市人民政府新闻办公室网络处有关北京网络媒体在“非典”时期报道情况的统计资料。8家北京网络媒体指千龙、新浪、搜狐、网易、TOM、首都在线、焦点网、中华网。



中全面获胜的难度有多大。但看过这个网站我又想，有你们这些小朋友在身后，我们只有一条路：那就是全力以赴去夺取胜利。”¹

在以往国内外重大突发事件发生时，互联网往往是在“传媒”的性质方面，即“更快、更多、更全”地传播新闻和信息方面显示出自己的优势。但是在“非典”期间，可以看到互联网作为一种功能强大的工具和手段，在多方面所做出的重要贡献。“多上网，少上街——用非典方法对付非典”，成为“非典”时期的显著特点。它表现在以下几个方面：

（1）在线购物上升

网上购物成为“非典”时期的典型消费方式，许多网上商城都推出了针对“非典”的特色服务，不约而同地将 84 消毒液、防护口罩等预防“非典”的用品放在了页面的醒目位置。影视光碟和图书是销量大增的类别。如卓越网相关人员在做例行统计时发现，3 月订单量为 4000 多单/天，而 4 月则达到 5000 多单/天，而电话订购、短信订购比 3 月更增长 40% 左右。4 月 1 日，卓越网推出《非典型肺炎不可怕》一书，截至 4 月 10 日，该书就卖出 2500 本，而到了 4 月 20 日，这个数字更是猛增到了近 10000 本。²不少商家认为，“非典”时期网上购物的兴起提供了一个培养用户全新消费习惯的机会。

（2）企业的新闻发布会、招商会、庆典会上网举行

如 4 月 28 日联想品牌新标识“Lenovo”的发布、6 月 25 日上海交通大学出版社建社 20 周年庆典等活动，都上网进行。甚至连麦当劳为了保持与小朋友消费者的紧密联系，而搞了一个“庆六·一网上游园会”。

（3）上班族的远程办公兴起

由于“非典”期间，不少机构采取轮休工作制，因此远程办公方式得到较多的应用，尤其是媒体、网站和 IT 类公司更为普遍。据《电子商务年鉴》所进行的《“非典”期间网络媒体的作用及状况调查》数据显示，采用远程办公的北京网络媒体，主要借助互联网、电话、视频会议系统等方式，其中最普遍的方式是通过互联网。

1 袁日涉为北京东高房小学三年级学生，是一名环保积极分子。当“非典”袭来时，她将原有的“红领巾环保网”迅速改造成“抗击非典网”。“非典”结束后，她又将网站恢复为“东高房小学袁日涉环保网”，抗击“非典”的内容目前仍驻留在该网站内。网址为：<http://www.2008z.com>。

2 《网上购物“非典”时期的典型消费》，载于 2003 年 5 月 7 日 Chinabyte 网站（<http://www.chinabyte.com>）。

网络媒体日常远程办公的员工约占整体员工的 12.5%，而在“非典”时期，这一数字上升至 44.2%。¹

（4）青少年的“课堂在线”推广

北京市中小学 170 万学生停课，网络教育火爆京城，政府教育部门以及各大商业性教育网站纷纷开设网上课堂，学生们通过数字化平台来进行在线学习。停课期间北京至少不下 10 家的网校开足马力为学生服务。北京市教委开通了“课堂在线”，供学生在家上网自习。在“非典”期间，网络教育的利用率大幅增长。

（5）聊天室、论坛、在线游戏和在线影视使网民长时间逗留

如 4 月 25 日，新浪论坛发布“为网友开辟全新战场”的公告：“在家中休息的网友们注意啦！针对网友的不同爱好与需要，新浪论坛特开一系列新论坛，希望各位网友多多关注、多多灌水”。“五·一”期间，新浪的聊天室创造了 5.4 万人同时在线的最高记录。

（6）Flash、手机短信、口罩涂鸦等创作大赛纷纷举行

如以 YNET 网站为平台，共青团北京市委员会、北京市青年联合会、北京市学生联合会、北京电视台与北京青年报共同主办了“与你同心抗击非典”——FLASH 及手机短信创作大赛，西祠胡同网站别出心裁地举办了“口罩涂鸦创作大赛”等，应征作品显示出网民在非常时期的高昂斗志和幽默。

除此之外，视频会议系统、可视电话、拍照手机等新手段、新工具的特殊作用令人振奋。这些曾被掩盖的电信业新增长点，在“非典”期间也突然显现出非凡的增长力。如从 4 月 19 日至 5 月 11 日的 20 天时间内，北京市通信公司共办理开通了 66 个视频电话会议，这一数字是平时业务量的 3 倍，而且其中 50% 是全国性的会议。² 可视电话、拍照手机为长久不能回家的医务人员与亲属间的沟通交流提供了最佳方式。北京市通信公司的统计数据显示，4 月份，北京市的市话业务量增长了 60%，长途业务量增长了 50%，上网业务量增长了 40%。³

给公众留下深刻印象的是，在抗击“非典”期间，网络媒体的活动并非停留在虚拟世界中。在夺取最后胜利的时刻，当当网总裁俞渝等众多互联网业界人士及企

1 2003 年 6 月，《电子商务年鉴》对北京网络媒体在“非典”期间（4、5、6 月）的报道和运营状况进行了一次问卷调查，该项调查的数据未公开发布。

2 乐倩，《“非典”刺激通信业务》，载于《北京青年报》2003 年 5 月 13 日。

3 同上。



业界人士发起了“让中国精神高高飘扬——放风筝 抗非典”活动，倡议书称：“克服当前 SARS 带来的困难，我们不仅仅需要物质、技术、医疗的支持，更需要一种全民族的凝聚力量，就是使中华文明 5000 年长盛不衰的‘中国精神’。中国精神来自：从自然平衡中寻找信心，从自我反省中寻找进步，从日常生活中寻找幽默，在危难中体验亲情与仗义。”该项倡议立刻得到百余家企业和广大公众的积极响应。5 月 24 日，活动在八达岭长城举行，一羽高飞的风筝，显示了中华民族在灾难面前不屈不挠的精神。



“非典”危机留下的有关互联网发展的思考

2003 年 4 月 14 日，胡锦涛总书记在广州视察时对一位医生说：“你的建议非常好，我在网上已经看到了。”4 月 26 日，温家宝总理到北京大学慰问时对几位大学生说：“我在网上看到同学们在留言中表达了同全国人民一起抗击 SARS 的决心，令人感动。”在“非典”肆虐期间，领导人的这两段简短谈话，引起国内外广泛的关注和热评。国内网友指出：“总书记上网浏览，可以尽可能多地、尽可能快地了解来自各个方面的信息和民情民意，以便更为迅速、更为确切地把好社会的脉搏。”海外则评论道：“胡温的表白几乎是对中国大陆互联网最大的嘉奖，或者是一个动员令。执政党原有的政治机制，已经无法确保新领导人与实际生活上通下达，严重影响了中南海的施政效率，妨碍抗疫工作的顺利进行，现胡温启动互联网作为动员社会资源的手段，也许是新一回合较量的开始。”¹

互联网在抗击“非典”中所发挥的巨大作用再次证明，简单地将“互联网站”等同于“小报小刊”的看法是不妥的。这种看法会导致对互联网整体作用的正确评估，也会导致对中国互联网发展与管理工作的指导偏差。政府信息公开化、公民知情权保障、灾难危机管理立法、信息网络基础设施的建设等都是国家危机处理能力的集中表现。“非典”危机留下众多的教训和启示，在互联网和信息系统建设方面，有以下四点需要给予特别关注：

（1）尽快缩小数字鸿沟

10 年来，互联网在中国得到快速发展，但普及和使用在东部地区和西部地区之间、城市和农村之间、城市不同群体之间存在巨大的差异。当北京等大城市的学生因“非典”停课时，很多家庭有条件通过网校进行有效的学习，但在同样疫情严峻的内蒙古以及山西、河北等地，却是另外一种景象，那里的孩子停课以后，除了在

1 闵大洪，《2003 年的中国网络媒体》，人民网（<http://www.people.com.cn>）2003 年 12 月 19 日刊发。

家自学，不敢奢望得到来自教师网上的指导。广大的农民群体和在大城市中的民工等群体，在这场重大灾难面前，所体验的更多是无助和绝望，明显处于弱势地位，他们拥有和掌握的信息终端极其有限，所获得的“非典”信息和防止知识极其有限。他们与城市白领阶层已经初步成型的数字化生存方式形成了强烈的对比。如果绝大部分人口享受不到社会数字化、网络化、信息化带来的好处，反而在国家现代化的进程中沦为信息“贫困人口”，这绝称不上是成功的信息化。“非典”危机再一次给出明确信号，一定要采取切实有效的措施，尽快缩小东西部地区之间、城乡之间、不同群体间的数字鸿沟。

（2）建立高效的信息发布和管理机制

在危机发生时，谣言的流传导致人们的非理性行为，给正常的社会秩序带来冲击。2月12日下午，广州增城、从化等部分地区市民听信谣言，出现盲目跟风抢购米、油、盐的现象。一个非常可笑的谣言在其中发挥了作用：“据权威医学专家可靠消息，目前广州的非典已处于失控，主要是由于我们食物中缺典所致。食用加典盐是目前预防非典的最好手段，请您尽快购买加典食盐，并通知您的亲朋好友。”在整个事件中，轻信谣言的人连“非典”的“典”与食盐中的“碘”都未加分辨。另一则在短短4天时间内传遍14个省的“放鞭炮驱非典”的著名谣言，使不少中小城市和农村出现鞭炮齐鸣的场面。“因此“谣言止于智者明辨”在危机中同样十分重要，这需要社会文明程度和公众整体素质的不断提高。

在危机中，谣言的产生往往是不可避免的。在互联网时代和通信高度发达的今天，由于每个人的信息都可以进入互联网传播，由于每个人都可以对信息进行复制在互联网上再传播，因此互联网与手机短信等手段，为谣言的快速广泛的传播提供了空前的便利，这也成为应对危机时必须面临的一个重大课题。

对政府来说，建立高效的信息发布和管理机制是必要的。它包括三个环节：建立多平台信息发布系统，包括广播、电视、互联网、手机等各类传统电子媒体及数字新媒体、新新媒体，使公众在危机发生时能够在任何时间、任何地点通过多种终端接收真实、准确、权威的信息；建立“网上来，网上去”的快速反应机制，即能够对危机中的各种信息进行快速收集、汇总、分析、判断并作出相应反馈；通过立法并以技术监管的手段，打击在危机中故意制造和传播恐怖信息的犯罪行为。在“非典”期间，国务院颁布了《突发公共卫生事件应急条例》、最高人民法院、最高人民检察院发布了《关于办理妨害预防、控制突发传染病疫情等灾害的刑事案件具体应用法律若干问题的解释》，其中的相应条款及司法机关依法处理的一批互联网、手机短信谣言传播案件，为危机信息管理积累了经验。



（3）加强政府网站建设

在政府信息公开方面，政府官方网站担负着重要作用。如在防治“非典”的斗争，应及时、准确地发布有关疫情信息，尤其是本地居民最为关注的信息，充分发挥政府网站的政民互动功能。但据时代财富科技公司与硅谷动力网站对部分疫区共计 107 个可正常浏览的政府网站（省、自治区、直辖市和部分大中城市人民政府网站）进行的调查，结果并不令人十分满意。此次调查的主要数据如下：

在网站显著位置有防治非典专题的政府网站所占比例为 44.9%；

专题中反映本地疫情信息的政府网站所占比例为 39.3%；

公布本地“非典”咨询电话号码的网站比例为 37.4%；

公布（或链接）医疗卫生机构联系方式的政府网站为 34.6%；

以上四项指标均有的网站为 27.1%。

调查表明，部分政府网站发布的信息不完善、公布咨询电话和医疗机构联系方式等信息偏少，甚至一些“非典”高发地区的政府网站中，除了一些常规的媒体新闻转载之外，几乎查不到任何有关“非典”的信息和联系方式，也有少数网站的专题仅仅是做了一个链接到其他网站的 LOGO，或相关信息隐藏在网站深层次目录下，很难被上网者发现。调查甚至发现个别政府网站根本无法打开，或网站上公布的热线电话要么无人接听，要么很久都是忙音。¹

因此，中国电子政务的建设，尤其是各级政府门户网站的建设需要加大力度，其达到的水准要以其在常态和危机两种状况下发挥的实际效果来加以检验，真正做到“全心全 e 为人民服务”。

（4）及时建立专业网站

2003 年 3 月 21 日，香港设立的全球首个“非典”专业信息网站（www.droid.cuhk.edu.hk）开通。网站由香港威尔斯亲王医院和中文大学放射诊断及器官成像学系共同负责营运，设有英文版和中文版，其最主要特点是汇集病人的肺部 X 光片和计算机扫描影像。网站立刻成为美国疾病控制中心和世界卫生组织网站的链接站点，成为世界各地医生诊断 SARS 的重要参考站点。

在应对“非典”这样的疫病危机时，说到底，医务人员的专业水准才是取胜的

1 冯英健，《调查表明政府网站在抗击非典中的作用待加强》，博客中国（<http://www.blogchina.com>）网站 2003 年 5 月 13 日刊发。

关键因素。包括对疾病及时准确的诊断、各种治疗方法的运用、新药物的研制等等。由于“非典”是一场人类从来未遇到的突发疾病，即使对广大医务来说，也是一个需要迅速认识、了解和掌握的新课题。因此，像香港那样尽可能早、尽可能全面地建立专业网站，其发挥的效能是其他途径，包括一般性网站根本无法做到的。专业网站的设立，需要专业组织机构、专业人士深厚的专业知识和互联网意识。在危机中能否快速建立相应的专业网站，亦是互联网时代社会应对危机能力的一个指标。

本文提交于“第四届亚太地区媒体与科技和社会发展研讨会”，2004 年 11 月 18 日至 20 日在北京举行，本届研讨会主题为“科技·媒体与重大危机应对”。

延伸阅读：中国互联网上的民意表达¹

本文论述了中国互联网上的民意表达，主要观点为：① 尽管互联网在中国开了不同以往的传播新生面，但互联网新闻和信息传播仍要受到中国当前传播环境的制约，故互联网在中国尚不能实现完全意义上的“公共领域”，我们最多可称之为“具有中国特色的公共领域”；② 互联网已成为当今中国民意表达最活跃的平台，网上民意可形成巨大的舆论压力；③ 网上民意的表达主要是通过论坛、新闻跟帖、网络调查、网上签名、各类民间网站等手段实现的；④ 中国网上民意表达存在着两个值得注意的倾向，即对外表现为网络民族主义，对内表现为网络批判现实主义。

具有中国特色的公共领域

从 20 世纪 80 年代初期开始，哈贝马斯（Juergen Habermas）的著作陆续译成中文出版，已在我国学术界产生不小的影响。近年来，不少新闻传播学者亦将其“公共领域”（public sphere）理论引入自己的研究。哈贝马斯在研究公共领域结构时，重点采用了民主理论的视角，强调了政治公共领域对实现民主的重要作用，崇尚大众拥有对公共事务自由发表意见、交流看法的空间和权利。然而在现实中，除了政治、经济力量的干预外，传统大众传媒本身的媒介特性，如单向传播、守门人过滤、报道空间有限、缺乏互动功能等，很难提供大众直接发表言论进行相互交流的平台。

互联网作为一个新媒介，不仅改变了以往的新闻和信息传播格局，而且为公众提供了一个前所未有的自由讨论公共事务、参与政治的活动空间。这是由于互联网媒介特性及其各项强大功能所带来的。例如网上论坛便提供了人人可以发表意见的

1 本文原载于《媒介研究》2004 年 4 月号。



场所。国内一些研究者认为论坛中形成了“虚拟社群”，虚拟社群具有多样性的传播者和信息源，呈现出信息和观点的多样化，表现出明显的交互性特征，而“虚拟社群的存在对公共领域的拓展具有积极的意义”¹；有的研究者更进一步认为，论坛已不只是虚拟的网络社区，而已经具有现实的公共领域的特征，监督国家权力并影响国家的公共政策，是“一个公共权力的批判领域”²。香港学者亦指出，从媒介特点出发，“由新闻网站建构的网络公共空间在很多方面都能达到理想公共空间的要求，网络公共空间并非没有缺点，但它的媒介新特性赋予的潜质，令它有机会比布尔乔亚公共空间及大众传媒公共空间运作得更好。”³

但是有些研究者并不认同以上观点，他们指出：市民社会和公共领域是“西方现代国家形成过程中以其对立物而缓慢出现的，对它的内涵和外延的界定也仅仅具有西方人文历史的背景，非西方社会的经历并不是上述描述的简单翻版，以化约的心态作简单的理论比附显然无助于研究的深化。”⁴更有研究者断言：“中国国情无法存在公共领域，因为传媒公共领域存在的根本原因，在于传媒的管理体制。根据中国的新闻体制和新闻事业的特点，我们可以判断，传媒公共领域很长时间内无法存在。”⁵

在我看来，中国互联网的新闻与信息传播存在于中国的传播环境中，它具有以下几个特点：

（一）中国互联网新闻与信息传播同样受到政府强有力的监管，以往的一些研究大多单方面地强调了诸如论坛发表意见自由，而没有涉及论坛中管制的一面。不仅论坛可以滤帖、删帖，而且网站可以在某段时间关闭论坛，关闭新闻跟帖，关闭某个专栏、某个专题，某个频道，甚至一些网站可以被封闭。研究者对这一方面的情况的记录和分析几乎还没有。也就是说，只有对两方面的情况都进行深入研究后，才可能得出较为接近实际的结论。

-
- 1 唐大勇、施喆，《虚拟社群抑或公共领域——以强国论坛“撞机事件”的讨论为例》，载于《网络传播与新闻媒体》，北京广播学院出版社，2001年7月。
 - 2 蒋亚平、王君平，《虚拟的网络社区 现实的公共领域——浅谈强国论坛对公共领域的重构抑或转型》，2014年第6期。
 - 3 苏钥机、李月莲，《新闻网站、公共空间与民主社会》，载于世纪中国网站（<http://www.cc.org.cn>），2004年2月刊发。
 - 4 刘增合，《媒介形态与晚清公共领域研究的拓展》，载于《近代史研究》，2000年2期。
 - 5 新一周，《强国论坛：民间的声音，喧嚣的讲坛》，载于传媒观察网站（<http://www.chuanmei.net>），2002年6月刊发。

（二）目前网上论坛（以及互联网其他功能）中的讨论毕竟较为离散，因此，报刊、广播、电视等传统新闻媒体将网上舆论加以概括和集中报道，实际上便起到了将其影响“放大”的作用。也就是说，今天网上舆论最终产生作用和影响，往往是与传统新闻媒体的报道相结合而造成的。

（三）从传统媒体时代到网络媒体时代，公众利用媒介参与公共讨论的空间无疑大大扩展了，甚至在现实中发挥了重要作用。例如一些问题、事件、案件的解决，互联网传播在其中的推动作用显然是不应低估的。互联网是现实的“镜像”，即现实中的一切会在互联网上得到反映；另一方面则指互联网能够强有力地作用于现实。当然这种作用有时是直接见效的，有时是与其他因素共同作用见效的，有时则表现为长时间的潜在作用。

（四）中国网民人数规模的快速增长，使其能量不断达到新的水平。2003 年被称为“网络舆论年”，正是近 10 年来中国互联网发展能量累积的一个具体表现。任何事物的发展都需要一个过程，因此在中国构建“公共领域”也绝不可能一蹴而就。从大背景看，还有赖于整个社会的进一步变革。

尽管互联网在中国开了不同于以往的传播新生面，但互联网新闻和信息传播仍要受到当前中国传播环境的制约，故互联网在中国尚不能实现完全意义上的“公共领域”，我们至多可称之为“具有中国特色的公共领域”。

互联网已成为当今中国民意表达最活跃的平台

“民意”和“舆论”一词在英文中均为“Public opinion”，但在汉语的实际使用中，却衍生出两种不同表述。在一些新闻传播学者看来，“民意”完全等同于“舆论”，而在另一些新闻传播学者看来，“民意”并不完全等同于“舆论”。本文并不就这些表述进行细究，而是根据情况两者都会使用。

民意的表达可以采用行动的方式表达诉求，如集会、游行等，也可以通过言论的方式表达诉求，如各类媒体上表态、呼吁、联名上书等。互联网作为一种新媒介，为民意表达提供了最方便最直接的平台。回顾在 2003 年内发生的几乎所有的国际国内重大事件、突发事件，广大网民能够通过新闻跟帖、论坛上帖等方式在网上迅速形成舆论，成为当今民意表达最汹涌的场所，这一点已成为不争的事实。如伊拉克战争、非典事件、日本人珠海买春案、西北大学反日事件，以及孙志刚案、刘涌案、黄静案、李思诒案、苏秀文案、刘荻案、杜导斌案，乃至 2004 年初的南方都市报事件等，都有规模庞大或相当数量的网民以不同方式在互联网上发表自己的看法和意见。其中不少是将焦点聚集在不公正的个案上，进行了一场接一场的民间维



权。尽管传统媒体对一些事件、案件无奈缺席，或报道不多，但互联网上排山倒海的谴责和抗议却形成了极大的舆论压力，同时，网民线上舆论与线下行动的相互推动，更成为令人瞩目的新的社会现象。

造成这种情况的原因是，在社会现实中缺乏一个能充分容纳民意表达的平台，民意很难通过正式的制度渠道，进入到公共政策和公共事务的决策和裁判中去；而在正式制度之外，也缺乏一个拥有充分言论自由与新闻自由的传统舆论空间，对正式制度的决策和裁判进行来自“第四种权力”的有效监督和民意的释放。因此，当互联网在中国迅速普及之后，由于它的传播特性，便自然而然成为公众发表言论、表达意见、释放情绪的便利通道，同时也造成了网络媒体上的“舆论监督”比传统媒体的“舆论监督”来得更猛烈、更尖锐的局面。

下表是中国社会科学院社会发展研究中心所做的《中国 12 城市互联网使用状况及影响调查报告》（2003 年 9 月发布），其提供了这样一组数据：

互联网作为汇集民意的通道	网民非常赞成或比较赞成的比例	非网民比较赞成或比较赞成的比例
可以有更多的机会表达观点	71.8%	61.9%
可以有更多的机会评论政府的工作	60.8%	61.5%
可以更加了解政治	79.2%	77.4%
政府官员可以更多地了解群众的看法	72.3%	73.3%

由上述数据也可以看出互联网在当今中国民意表达方面所起的作用。

互联网对民意表达的功能实现

在现代社会中，传播媒介对舆论的形成、舆论的反映、舆论的引导发挥着巨大的作用。互联网作为迅速崛起的新媒介，其功能十分强大。舆论的反映和形成正是依赖其各种功能而实现的，并呈现出与传统大众传媒不同的特点。网上舆论的形成及其强度的提高，是和互联网的发展，包括网民数量增长、网站功能扩展成正比的。

互联网能够实现民意表达的主要功能如下：

（一）论坛（BBS）

论坛可以分为网站论坛（指各类网站设立的论坛）和论坛网站（只提供网友发帖这种单一功能的网站）两类。当 20 世纪 90 年代中期互联网刚刚在中国兴起时，

网民数量很少，论坛数量也很少，尽管那时已陆续有了“水木清华”（国内第一个基于互联网的BBS）、四通利方“体育沙龙”等著名论坛，为数不多的网友也能在此畅所欲言，表达各种声音，但尚未达到足以产生社会影响的地步。随着中国互联网的发展，各类网站开设论坛的数量越来越多，尤其是1999年以后，众多新闻媒体网站甚至政府网站亦提供这一功能，如人民网的“强国论坛”、新华网的“发展论坛”和“统一论坛”、外交部网站的“外交论坛”等，为网友表达意见提供了园地。

网上论坛具有以下三大特点：一是新闻的集散地，国际和国内的一些突发新闻和重要新闻都能看到；二是观点集散地，各种各样的观点都有，既有系统的阐述，又有大胆的设置；三是民声集散地，网民的地域分布、行业分布乃至阶层分布都很广，论坛中能够听到各种声音。用“四面来风，八方来雨”来形容论坛的热闹景象或许最为贴切。以往只有权势阶层和知识精英拥有话语权，而网络论坛这类功能，则使普通公众包括弱势群体、边缘群体也拥有了某种话语权。

（二）新闻跟帖

一些门户网站和新闻网站由于巨大的流量，均开设了新闻跟帖网友评论的功能，当刊发一条新闻后，网友即可发表自己的看法，每当一条热点新闻发出后，跟帖评论可以很快达到数百页、上千页，即帖子总数可达到成千上万条。如《沈阳今报》1月4日关于苏秀文驾宝马车撞人案可能重新调查的消息刊发后，从上午11时至晚上8时，新浪网的网友跟帖量就突破了1万条，截至11日18时，网友跟帖量更一举突破22万条。新闻跟帖功能实现的网上舆论形成比论坛讨论更快捷、更集中，但大多数跟帖内容存在过于简单的缺陷。

（三）网上调查

网上调查尽管不具有统计学的科学性，但由于反馈快捷、广大网民可以直接参与表态等优势，几乎所有的网站都会使用这一手段，尤其是在重大新闻事件发生或社会热点问题形成后，网站都会及时推出相应的调查。这类调查通常仅三四道问题选项，以了解网民对某一事件的态度。近年来，有的网站为了从多方面了解民意，有的网络调查已设置多组问题选项，或设置十数道问题选项。凡是重大新闻或热点问题的网络调查，网民参与踊跃，这些网络调查无疑也反映出相当的民意。如今年“两会”之前，新华网于2月16日展开“本次‘两会’，你最关注的热点问题”网上调查，短短两天内，共有17000余人参与调查、评论，到26日中午，已经有4万余人参与调查、评论，共收到有效投票超过1万票。在列举的20个热点问题选项中，反腐败问题以84%的得票率排在第一位，区域经济发展的不平衡和收入差距问题以57%的得票率排在第二位，教育收费首次进入前三名，以54%的得票率排在第三位。



此外，电信、铁路等垄断行业如何打破垄断、农民增收、社会治安、如何进一步完善社会保障体系、就业和再就业等问题也成为广大网民关注的焦点。

（四）网上签名

网上签名可以视为网上舆论的一种升级行动，近年来网上签名这种形式已十分常见。例如孙志刚被殴致死一案被披露后，200 多位公民于 2003 年 5 月 29 日在互联网上发动签名运动，上书最高人民检察院，强烈要求彻查此案，并呼吁保证司法公正，并对审案过程中可能存在的一些程序性问题提出合理建议。从 2002 年到 2003 年网上签名的一个重要变化是精英色彩淡化。以往的政治生活中的签名运动，基本上限于知识分子的小圈子，每一次签名，谁够格，谁不够格，似乎在精英队伍中还有着隐约的梁山座次。但目前的大多数网络签名，发起者对于签名者精英身份的认定和排比已经不再看重，著名学者、知识分子与普通网友同在一份签名名单上出现成为常见的景观，因此今天的网上签名也就形成了宏大的规模。2003 年规模最大的网上签名活动当数“爱国者同盟”等 7 家网站发起的“对日索赔百万网民签名活动”。此举是“8.4 事件”（侵华日军遗留化学武器在齐齐哈尔泄露）导致的，历时一个月的网上签名活动最终征集到 1119248 个网友及 12518 个网站签名。9 月 18 日，活动组织者将 4000 多页的网民签名递交日本驻华大使馆。这一事件还显示，网上与网下活动的结合与互动，今天也达到十分活跃的地步。网上签名还衍生出为声援某人而在网上发起报名参加接续绝食（每人一天）、接续幽闭（每人一天）的活动方式。

（五）各类民间网站

互联网网站的多样性造就了互联网信息的多元化。各类民间网站是不同群体网上发声的号角和扩音器，尤其是弱势群体和边缘群体。如国内著名的“肝胆相照”网站（<http://www.hbvhbv.com>），就是乙肝病毒携带者因受歧视和不平等待遇而建立的维权网站。在网站论坛上，数以千计的帖子倾诉着各人的遭遇。“我们无奈，我们呐喊，我们痛哭失声，却只能在网络这个虚拟的世界寻求安慰。梦想啊梦想，你是那么的遥不可及！很多人失望了，很多人认命了，很多人退缩了……但是，更多的人，因为对未来的执着追求，对光明的热切渴望，对维护自身合法权益的认真坚持，走到了一起，凝聚成了一个声音：请还我们同一片蓝天，能让我们自由呼吸！肝胆相照是我们大家的家。在这里，我们相亲相爱，众志成城。”于是这一弱势群体从网络走向了社会，切实地行动起来。最引人瞩目的行动是 2003 年 11 月由 1611 人联名提交全国人大的《违宪审查书》，该联名信呼吁修改国内各省区市公务员招考对于乙肝病毒携带者的禁令。可以说，没有“肝胆相照”网站，就不可能聚集起全国的乙肝病毒携带者，也就不可能发动起一场持久的维权运动。



网上民意可形成巨大的舆论压力

网上民意形成舆论压力的强度是逐步加大的，只不过到了 2003 年一系列事件促成网上舆论达到了一个新水平。例如苏秀文驾宝马车撞人事件，就引起网上空前的强烈反响。“很多人选择了不记名——零门槛——自主发帖。致使新浪网上对此事的评论暴涨 23 万条，突破了开站以来发帖评论之最。搜狐网也有 20 万条，网易共计 18 万条——真正发挥了互联网的作用。加上人民网强国论坛、新华网、博客中国、北大一塌糊涂以及雅虎、大洋、TOM、21CN、千龙等旗舰网站的留言，对“宝马肇事案”的评论大大超过了百万。短短一月，如果不是互联网，百万人自发集中讨论一件事谈何容易？”¹广大网民的能量是不可低估的，真可以达到“一人一口唾沫也可以把人淹死”的程度。而在这次事件中，网民提供信息的多样性和表达形式的创意性，也给人留下了深刻的印象。尽管这一案件最终维持了原判，但各当事方迫于舆论压力不得不多次出面澄清说明，并推动了中央指示对案情的复查。而在孙志刚被殴致死案中，应该说传统媒体的舆论监督与网上舆论压力的结合，直接推动了《城市收容法》的废除。

在国际问题上，例如中日关系，日本方面已强烈感受到中国民间力量通过互联网释放出的能量。日本《产经新闻》2003 年 12 月 30 日报道刊登了一篇文章《日中关系出现新现象》，其中写道：“在中国的互联网上，反日网站在迅速增加。从大型反日网站‘爱国者同盟网’扩展出来的链接包括主页在内就有 70 多个。他们通过在官方网站上有组织地发表评论，已经对官方媒体的论调和中国的对日外交政策产生不可忽视的影响力。大部分的中国反日网页都是最近两年才建立的，从公开的会员数量推测，‘经常性会员’大概有 10 万人左右。中国国务院和外交部也对这种网上的反日舆论作出了敏感反应。网上展开了反对北京到上海的高速铁路采用日本新干线技术的签名行动，一周时间内就有约 8 万人签名，中国政府年内作出决定的计划也因此搁浅。胡锦涛政权虽然表示重视对日外交，但也考虑到网上舆论的反对，日中首脑互访毫无进展。”²

网上舆论同样对企业、机构乃至公众人物都会产生极大影响。如 2003 年 12 月发生的“丰田霸道车石狮敬礼广告事件”、2001 年 12 月演员赵薇身着日本军旗服照片事件等，当事方均不得不在舆论压力下进行道歉。马立诚发表《中日关系新思维》

1 周永德，《中国互联网不相信权贵 百万网民声讨苏秀文》，载于博客中国网站（<http://www.blogchina.com>），2004 年 1 月 29 日。

2 载于《参考消息》2003 年 12 月 31 日第 8 版。



后，一直遭到广大网友的严厉批判，日本学者也写道“日本的主要报刊接连不断地从赞许的角度介绍了这篇旨在批判过激的反日民族主义的文章，但是在中国国内，却遭到了以情绪化的反日言论为主题的网上论坛以及部分日本研究学者的严厉批评”¹。尽管马立诚后来到香港凤凰卫视担任时事评论员，但不久就不再出镜，或许也和网上强大的舆论压力不无关系吧。

中国网上民意表达的两个倾向

网上言论涉及的国际国内问题很多，亦随着重大新闻形成热点话题，有的持续时间较长。总的看来，中国网上民意表达有两个值得注意的倾向：对外表现为网络民族主义；对内表现为网络批判现实主义。

国内外的新闻媒体都注意到了活跃在中国互联网上的“愤青”现象。网络民族主义除了以互联网作为情绪发泄和言论发表的平台之外，已开始在中国特色的政治氛围里，小心翼翼地探试水温，进行化言论为行动的尝试，这已在保钓人士自行租船前往钓鱼岛水域宣示主权的行动中得到体现。在当今世界，尽管是全球化时代，任何国家、民族都是以本国利益、本民族利益为出发点谋求生存和发展，民族主义只要不是狭隘的、极端的，就并非是一件坏事。在中国民众参与意识不断提升的今天，网络民族主义势必会对政府在某些外交问题上的决策产生一定程度的影响。

在国内，由于官员腐败、下岗失业、贫富差距等大量社会问题一时间得不到有效解决，因此不满和失望的情绪便会通过互联网这一管道得以宣泄。尤其是遇到重大事件和突发事件时，便会通过互联网集中表现出来。传统媒体担负着“舆论导向”责任，正面报道、成就报道是主要的，至少也是平衡报道，而互联网上所见则完全不同，基本是问题揭露和现实批判。“舆论”一词被视为出自“自古贤圣，乐闻诽谤之言，听舆人之论”（《晋书·王沉传》）。在非典肆虐期间，胡锦涛总书记、温家宝总理通过互联网直接了解来自各个方面的信息和民情民意，择其善言而从之，已成为广大网民的美谈。正像网民所说：“帖子里有原汁原味的民意社情”。

“舆论是公众关于现实社会以及社会中的各种现象、问题所表达的信念、态度、意见和情绪表现的总和，具有相对的一致性、强烈程度和持续性，对社会发展及有关事态的发展产生影响。其中混杂着理智和非理智的成分。”²由于网民的组成和匿名

1 高井洁司，《关于“对日新思维”论争的批判性思考——寻求新的对话框架》，载《中日关系新思维与舆论》，刘志明主编，NICCS 出版发行，2003 年 12 月。

2 陈力丹，《舆论学——舆论导向研究》，中国广播电视出版社，1999 年 7 月。

特点，网上舆论在表现上非理智成分会更为突出，直截了当的情绪发泄，偏激的语言，甚至谩骂十分常见，而理性分析和冷静讨论则十分缺乏。应该指出，这种表现会使民族主义剑走偏锋，会使批判现实的影响力大打折扣，且于事无补，甚至产生反作用。

总之，对网络民族主义和网络批判现实主义这两种倾向、表现形态以及与其他因素的关系进行深入的分析研究，是网络传播研究者的一个长久课题。

2004 年

网络传播研究渐入佳境

伴随中国网络媒体的发展和网络传播呈现出的丰富多彩的形态，互联网传播研究开展得有声有色，研究范围不断扩大，学术成果不断涌现，在中国接入互联网 10 周年之际，研究领域达到的水平亦可圈可点。

互联网传播

（一）网络新闻规模巨大

目前我国重点新闻网站每天首发的新闻达到 2.4 万余条，境内受众覆盖面平均每天超过 5000 万人次。自 2001 年以来，中央重点新闻网站的访问量以平均每月递增 12% 的速度上升，一些地方重点新闻网站过去 3 年的访问量平均增长了 9 倍（数据引自国务院办公厅副主任蔡名照 11 月 8 日在第四届中国网络媒体论坛开幕式上的发言）。2004 年，新闻网站对任长霞等先进人物的宣传，对新闻界“三项教育”等活动的展开，都发挥了重要功效。

在重大事件和突发事件发生时，互联网往往已成为受众的首选媒介。门户网站对重大事件的报道更是倾注全力，如对今年夏季雅典奥运会的报道，新浪、搜狐等奥运频道的日点击率纷纷过亿，相当于平日体育频道点击率的 6 倍。奥运开幕第一天新浪奥运频道访问量就上升到前所未有的 1.3 亿页读数（Pageview），23 日更是达到创中文互联网纪录的 1.5 亿页读数。8 月 28 日凌晨中国选手刘翔在男子 110 米栏决赛中创世界纪录的 12 秒 91 获得金牌后，从 28 日凌晨 2 点至中午 12 点，新浪奥运频道的网友留言数量达到 32000 多条，几乎平均一秒钟就有一条网友评论，而网

友留言总量从 8 月 13 日至 28 日达到 49 万多条（数据引自《北京娱乐信报》8 月 19 日报道《奥运新闻网战 门户抢食 6 亿奥运大餐》、新浪体育 8 月 28 日报道《刘翔夺金掀网民狂潮 新浪创互联网留言世界纪录》）。

在商业门户网站的竞争中，2004 年窜出一匹“黑马”，这就是腾讯 qq.com。在各门户网站的流量统计中，目前已排到了第四位，腾讯放言 2005 年要进入国内门户前三名。包括新闻在内的众多频道受到越来越多广告主的青睐，各项业务开展得热火朝天。腾讯依托庞大的 QQ 用户资源，在一年时间内便完成了打造门户网站的业绩。

伴随宽带网络的发展，“内容影像化”的进展也十分迅猛。尤其是各大电信运营商，在抢占通道市场的同时，开始抢占音视频内容市场。2004 年最有代表性的例子是，2 月，由中国网通集团联合 IDG 等多家风险投资公司成立的、注册资金 5 亿元的“九洲在线”公司成立，同时开通“天天在线”宽带门户网站。11 月 17 日，由著名电视主持人杨澜主持的网上直播栏目《说给女人听》在“天天在线”开播。中国电信旗下的“互联星空”及长城宽带梦网等网站亦在音视频内容服务上不断出牌，展开激烈竞争。

网上有政治，网上有较量，自然也会在互联网新闻信息传播中展现出来，这其中既有境外网站的报道和宣传攻势，也有国内对意识形态问题的争论，对现行政策、事件处理的质疑、批评，甚至新闻网站有时候也会发出不同声音。总之，现实的矛盾与斗争都会在互联网上得到展现。

（二）网络舆论压力凸现

网络舆论的形成主要通过网站以多种形式集中报道，以及网民通过新闻跟帖、论坛发帖等手段来实现的，而主流新闻媒体的适时介入，将会使网络舆论的影响进一步扩大。2004 年网络舆论在一系列社会重大事件中表现出的巨大威力，势头依旧不减。不管是当时的政府部门，还是当时的社会名人，在今天都已经强烈感受到了来自互联网上的舆论压力。年内最有代表性的例子是深圳“妞妞事件”。10 月 26 日，深圳市一位初中生家长在天涯、凯迪等论坛公布了一封学校给家长的信，信中披露深圳市五部门联合下发文件，要求初中学生安排在上课时间，自费购票观看电影《时差七小时》，从而拉开了网上揭批深圳“妞妞（本名李倩妮）事件”的序幕。网友在论坛中不仅将其有关身份、背景和内幕揭个“底儿掉”，而且对目前官场中的“潜规则”猛烈抨击。众多新闻媒体随后也跟进报道，一时形成强大的舆论压力。11 月 6 日身为李倩妮父亲的深圳市委副书记、秘书长李意珍通过媒体进行了“道歉表态”。11 月 11 日，深圳市委举行三届十次全体会议，专门就这一事件的调查和处理意见进行了通报，主要领导表示党的干部应接受网络舆论监督。



（三）网络舆情得到重视

2000 年 4 月，国务院新闻办公室正式成立网络新闻宣传管理局，该局主要任务之一是“研究互联网络舆情动态”。2004 年，国务院新闻办公室又成立中国互联网新闻研究中心，专事网络舆情研究。于是，网络舆情成为领导部门了解社情民意的一个新窗口。让广大网民感到异常兴奋的一件事是，温家宝总理看到国务院办公厅秘书一局 2014 年 11 月 4 日选编的《互联网信息择要》，了解到 10 月以来各地接连发生多起农民工讨薪引发的恶性事件后，11 月 5 日便在这份网络舆情简报上作了批示：“解决拖欠农民工工资问题仍需高度重视。”曾培炎副总理随后将温总理批示转给建设部部长汪光焘，要求“明年春节前务必把 2003 年底前拖欠的农民工工资全部清欠完……”¹此事反映党和国家领导人已对互联网舆情高度关注，他们从中了解社会真实情况，关注弱势群体，并推动问题的解决。广大网民获悉后纷纷发帖，好评如潮。

（四）博客能量增长

博客自身的特质正在发展成为一种新兴的“自媒体”或“私媒体”，其表现和能量已成为国际社会关心的一个话题。不同国家和不同文化背景的博客群落具有不同的特点。中国博客在初始阶段的特点是非常个人化，主要倾向于个人生活的记录和情趣的传达，基本是网上日记，较少涉及新闻时政。2004 年中国博客的数量有了大幅增加，提供博客托管服务的网站也越来越多，一个网站聚集的博客少则数万，多则数十万，如“博客中国”网站的注册博客就达 50 万。中国的一些博客亦积极参与国际博客界的活动，具有象征意义的事件是，猛小蛇（实名严文波）的《狗日报》（2004 年 7 月 8 日创办）获得“德国之声”电台网站（DW-WORLD.DE）主办的“2004 国际博客大奖赛”（The BOBs - Best Of The Blogs Awards）的“最佳中文记者博客奖”及大奖。9 月 17 日至 10 月 17 日期间，来自全球的 6 万多人参与了这一博客大赛，参赛语言有 7 种，设有 11 个奖项。该大赛设立的目的明确，主要是“一如既往尤为关注以促进言论自由精神为主题的博客，比如在新闻管制严格的国家勇于突破封锁宣扬言论自由的博客，或是在博客中提供技术插件或链接，方便网友获得有关民主、自由、人权和公民社会的信息。”组织者称，2005 年将继续举办大赛，无疑寄托了他

1 《民工讨薪遭遇暴行 温家宝批示帮民工讨薪》，新浪新闻中心 2004 年 11 月 12 日转发《燕赵晚报》报道。<http://news.sina.com.cn/o/2004-11-12/15584221337s.shtml>

们对各国博客在这一方面今后能够发挥更大作用的期待。¹

（五）网络技术发展迅速

一年来，以 GoogleNews（2004 年 9 月推出简体中文版）、MSNBC Newsbot、My YAHOO! 等一系列以“聚合形式”（RSS，Really Simple Syndication）的网络新闻形态开始兴起、搜索引擎提供的服务越来越多、宽带网络和无线移动网络带来传播形态的新变化并拓展众多的新业务、博客借助无线移动终端开始实现移动博客（如“博客中国”网站 12 月 3 日开通移动博客服务）、“任何人都可以自由撰写新闻并投稿，任何人都可以随时对撰写的报道进行修改与润色”的维基新闻（Wikinews）已经发布（11 月底开始运营，目前为 β 版，仅限英语版与德语版）、而下一代互联网（以 Ipv6、网格等技术为代表）亦正在迅速向前迈进。网络技术的发展将不断改变网络新闻的表现形态，不断提升人们获取新闻、发布新闻、交换新闻的能力。

（六）红客联盟偃旗息鼓

2004 年的最后一天，“中国红客联盟”的核心人物 Lion 通过网站宣布“红客联盟解散，网站关闭”。即日起，中国红客联盟网站在空白上的首页上仅呈现简单的一句话“HUC is dismissed on 2004/12/31”。

从 1998 年到 2001 年，中国黑客大规模的对外群体攻击先后发生过六次。1999 年，中国黑客在对美国网络的攻击中，有网友已使用“红客”一词，以显示实施攻击的正义性。2000 年 12 月，“中国红客网络安全技术联盟”（Honker Union of China，HUC）正式成立，其宗旨是：“维护祖国统一，捍卫国家主权、一致抵抗外辱，打击反华气焰”，同时明确“红客”的英译为：Honker。

从理性的角度说，一切黑客攻击行为都应受到谴责；但从感性的角度看，中国黑客的这六次攻击都事出有因，强烈地表现出“人不犯我，我不犯人；人若犯我，我必犯人”。中国黑客是中国互联网上第一批产生了重大影响的“客”群体，而这种影响正是在出于政治目的对外实施大规模群体攻击的六次行动中产生的。一群充满激情和钻研精神的年轻人，不仅以自己掌握的技术手段维护祖国尊严，更重要的是，在中国互联网刚刚兴起之际，带动了国内网络安全概念的树立和相关技术的发展。时至 2004 年，内外环境和条件都使红客联盟无存在的必要了，该组织的解散意味着中国早期黑客阶段的结束。

1 “德国之声”网站（DW-WORLD.DE）从 2004 年起连续举办“国际博客大奖赛（The BOBs - Best Of The Blogs Awards）”。每年都有中国博客获奖者。木子美、安替、周曙光、毛向辉、胡泳等人曾先后出任评委。2014 年起这项活动改名为“BOBs 新媒体大赛”。



新闻网站建设

党中央对互联网工作高度重视，2004 年 9 月 19 日十六届四中全会通过的《中共中央关于加强党的执政能力建设的决定》中指出：“高度重视互联网等新型传媒对社会舆论的影响，加快建立法律规范、行政监管、行业自律、技术保障相结合的管理体制，加强互联网宣传队伍建设，形成网上正面舆论的强势”。

中国新闻网站经过 10 年的发展，尤其是自 2000 年以来近 5 年来的快速发展，已经形成完整的布局和体系。从中央到地方布局看，有三个梯次：中央重点新闻网站、省级重点新闻网站和中心城市（指省会城市和计划单列市城市）新闻网站。大量的媒体网站、专业新闻网站更构成规模可观的网络新闻传播矩阵。中国网络媒体既担负着网上舆论导向的重任，同时也担负社会、经济、文化信息沟通的重任，担负着全心全意为网民服务的重任。各级各类新闻网站通过持续努力，影响力不断提升，如根据专门发布世界网站排名的 Alexa 对全球 1200 多万个互联网站的监测，2004 年新华网的排名已进入前 50 强。

2004 年，新闻网站建设表现在以下五个方面：

（一）“1+4”会议体现网络媒体发展的战略思考

所谓“1”指 2001 年以来网络媒体界一年一度最盛大的研讨会“中国网络媒体论坛”；所谓“4”系指地方新闻网站进行的 4 次研讨会。

南昌会议，11 月 8 日至 9 日，由中国网承办的第四届“中国网络媒体论坛”在江西南昌举行。本届论坛的主题是“营造健康向上的网络环境”。国务院新闻办公室副主任蔡明照、信息产业部副部长奚国华等领导在会上进行了主题演讲。与会的中央和地方的重点新闻网站以及众多的互联网企业围绕网络媒体的社会责任和网络媒体可持续发展之道，进行了热烈的讨论。

宁波会议，6 月 15 日至 16 日，来自全国各地的 32 家城市新闻网站的总裁、总编聚首宁波，举行“中国城市新闻网站联盟（筹）总编联席会议暨首届中国城市新闻网站发展论坛”。各城市新闻网站之间如何加强交流与合作，如何共同繁荣促进中国城市新闻网站的发展，是本届论坛研讨的核心。论坛结束之际，与会代表共同签订了《中国城市网盟（筹）合作公约》，确定了联盟（筹）的组织架构。

银川会议，8 月 18 日，宁夏、内蒙古、西藏、广西、新疆五自治区的重点新闻

网站负责人在银川聚首，探讨如何加强民族地区网络新闻宣传工作的交流与合作，共同签署了《全国民族自治区重点新闻网站联盟协议书》，并设立了办事机构——网站联盟秘书处。

杭州会议，11 月 5 日，浙江网络媒体论坛在杭州举行。会上首次发布了《浙江网络媒体现状调查》，报告称经省内批准的新闻网站已有 54 家，从业人员达 600 多人，页面日访问量总计超过 800 万人次，以浙江在线网站为龙头，以杭州网、宁波网、温州网为骨干，省、市、县三级新闻网站和专业报刊网站互补的浙江网络媒体体系框架已初步形成。论坛结束之际，签署了以“崛起·发展·责任”为主题的《浙江网络媒体杭州宣言》。

天津会议，12 月 1 日至 3 日，由北方网主办的“地方新闻网站内容建设与发布技术应用研讨会”在天津举行，共有 15 家地方新闻网站的总裁、总编出席。与会者一致认为，地方新闻网站应该最大限度地开发地方信息、挖掘新闻资源，做好本地文章，避免贪大求全，同时新闻网站必须拥有高品质、专业化的技术产品。这次研讨会提出了“平等、民本、互助”的研讨宗旨。

以上五个会议，反映了中国新闻网站对自身发展的思考和探讨正朝着纵深、务实、专业的方向发展。

（二）网站机制改革体现网络媒体发展已到关键阶段

新闻网站在发展过程中，往往受到原有体制、机制中僵化因素的制约，或不得不放缓步伐，或不得不放弃机遇。新闻网站在现有媒体体制内处于何种地位以及网站内部实行何种机制，始终是新闻网站面临的根本问题，不少网站也不断进行了创新尝试。今年最有代表性的例子是，人民网从 6 月开始迈出了体制、机制改革的重大一步。人民网从原来报社编辑部的一个内设机构转为报社的直属机构，作为报社岗位管理的试点单位，亦进行了网站 7 年多来规模最大、最彻底的一次内部人事制度改革，在规范全员聘用制的基础上，取消行政级别，实现了由身份管理到岗位管理的转变。7 月 15 日，中共中央委员、人民日报社社长王晨在与人民网执行层的座谈中，高度肯定了人民网深化人事制度改革的工作，并要求人民网要积极面向市场，大胆改革，勇于实践，坚定不移地把人民网做大做强。不少地方网站或进行机制改革，或进行资源整合，也不断进行探索。如，6 月 30 日河南省重点新闻网站“大河网”正式开通，这就是在原“中国河南”网站的基础上充分整合省内各方资源而建的面目全新的网站。



（三）网站改版体现危机感的增强及竞争意识的提高

网站改版是经常的，“小改”次数自不必说，建站以来进行十数次“大改”的网站也不在少数，为的是在内容和形式上不断满足用户的需求。以个人的观察，很难将年内改版的新闻网站在这里列一个清单，若加上新闻网站数量众多的频道改版，更是数不胜数，这里只能挂一漏万地点出一些：2月5日，千龙网改版；4月14日，光明网改版；8月2日，中国广播网改版；9月7日，新华网对主页进行局部调整；9月9日，人民网改版；10月1日，解放军报网络版正式更名“中国军网”；11月1日，央视国际改版等等。改版的背后，体现了新闻网站在激烈竞争中危机感的增强。最有代表性的例子是，光明网强烈意识到近年来发展的步伐有所停滞，因此在改版的同时，喊出了“开展二次创业，建设一流网站”的口号，尽管网站的宗旨、定位、风格不变，但明确提出了“服务意识要变，内容侧重要变，表现形式要变，技术水平要变”。

（四）网站对新技术的运用体现技术在竞争中的重要性

日新月异的互联网技术不仅将网络新闻传播不断带入新的境界，而且不断开辟新的业务领域和经营领域。新华网总裁周锡生指出：“网站的竞争是多方面的，内容是关键，技术同样是关键。如果技术跟不上，网站的竞争力就会减弱。下一轮竞争中网络媒体能不能继续保持发展的势头，技术至关重要，只有内容与技术更加紧密地结合，只有获得强大的技术支持，网络媒体才能够做大做强”（引自《中国传媒科技》7月号《网络媒体内容与技术的结合》一文）。天津会议也指出，各新闻网站大都饱受过因技术平台不稳而造成日常工作无法正常进行之苦，因而与会者一致认为，技术平台的性能是否稳定，功能是否强大，直接影响着网站的正常运行，并最终影响到经济创收及相关业务的发展。基于这种认识，年内不少新闻网站在技术的跟进、消化、创新方面下了大量的功夫，如1月14日，南方网自主开发的网上图文直播系统“实时在线播报系统”（Online 1.0）项目通过验收；7月18日，全国第一家手机报纸《中国妇女报·彩信版》开通；8月2日，中国广播网改版后，为了突出音频特色，利用技术手段在首页和其他频道的显要位置嵌入音频播放器，网民随意点击任何一个页面都能点击收听音频内容；8月9日，新华网推出RSS聚合新闻服务，尽管新华网并不是国内首家提供这一服务的网站，但作为提供新闻数量最多的国家级新闻网站，应用这一技术手段仍具有特殊的意义。

（五）网站内容合作体现双赢、多赢的认识得到普遍认可

报网互动：4月8日，北京青年报启动了“报纸+网站”的房地产广告宣传平台。房地产广告是北青报的广告大户，北青网则量身制定了一系列方案，以增值服务的

形式，为房地产广告客户免费赠送“在线楼书 **SHOW**”，力求扩大广告的投放效果，同时为购房者提供更广泛的信息渠道和更周到的服务。

网络媒体与广播媒体的互动：5月18日，商业门户网站 **TOM** 的视频新闻节目《大话新闻》（2003年11月3日开播）正式落户中央人民广播电台“都市之声”（**FM101.8**），实现网络与广播的同步直播，从而使这一档“理性与幽默并重，正义与调侃共存”的网络栏目，借助广播而发扬光大。

网站与网站内容合作：年内最具代表性的例子是，9月16日，英文《中国日报》网站与搜狐合作推出中国日报·搜狐英文网（**China Daily-Sohu English**）。这是首个国家重点新闻网站和商业门户网站共同策划打造的网上英文平台。它的开通，不仅有助于国外海外人士更好地了解中国，而且有助于扩大中国日报网站在国内的知名度和影响力，并使搜狐网逐步发展成中英文双语门户网站，为国内不断增长的中英双语用户共同提供更多的资讯和更好的服务。内容合作甚至延伸至国内外媒体及网站，如圣诞、新年即将到来之际，成都广播电台音乐台（**Love Radio**）与英国广播公司（**BBC**）合作推出《吃东吃西过佳节》网上直播节目；为了向世界各地的华人朋友恭贺鸡年新春，北京人民广播电台和 **BBC** 联合主办“全球华人点歌大拜年”春节特别广播节目和网上拜年活动。

中央新闻网站与地方新闻网站的联动：12月1日，新疆人民广播电台网站“新疆新闻在线”与中国国际广播电台网站“国际在线”正式联网，共同推出维吾尔语、哈萨克语、克尔克孜语、蒙古语频道，此举不仅大大提升了新疆在线广播的能力与水平，而且使“国际在线”的上网语种也增加到42种。

网络媒体采访行：近年来，全国已有众多省份组织了网络媒体大型采访活动，有的还连续举办，如“网上看河南”至今已连续举办三年（今年的活动在4月25日至30日举办）。今年又有“振兴东北老工业基地网上行”（5月22日至27日）、“网络媒体湖南行”（5月30日至6月6日）、“网络媒体福建行”（6月16日至23日）、“网络媒体山东行”（9月16日至23日）、“网络媒体安徽行”（10月21日至27日）、“网络媒体江西行”（11月9日至15日）等大型采访活动，参与的中央新闻网站、地方新闻网站、门户网站通过设专题、建链接等方式，显示了网络媒体联动报道的影响力。9月20日至26日，北京市新闻办公室还特地组织了一次独具特色的考察学习活动“红色故土行”，包括新浪、搜狐、网易、**TOM**、中华网、西陆网、千龙网、凤凰网、首都在线、雅虎中国、百度、和讯、西祠社区、中国搜索等15家网站的高层管理人员共30余人，赴江西南昌、井冈山、庐山、婺源、景德镇进行了考察学习。



互联网管理

党中央对互联网管理工作除提出“法律规范、行政监管、行业自律、技术保障”16字方针外，中共中央办公厅、国务院办公厅还于11月8日下发了《关于进一步加强互联网管理工作的意见》。各有关系统均开始认真贯彻落实，如国家新闻出版总署在11月30日召集在北京的主要互联网出版单位进行部署，并提出10项重点工作。

政府加大对互联网管理的力度，主要表现在：

（一）一批违规的网站、频道、论坛被关闭。

（二）6月10日，互联网“违法和不良信息举报中心”网站（<http://net.china.cn>）在北京开通。该网站由中国互联网协会互联网新闻信息服务工作委员会主办，其宗旨是“举报违法信息，维护公共利益”。任何公民在网上发现违法和不良信息，只要登录到举报中心网站，说明相关信息所在网站的名称和页面位置，提供举报人的必要联系渠道，即可实施举报，举报人的权益受到严格保护。举报中心网站开通后，受到各界公众的欢迎和支持，在举报高峰期的前两个多月，截至12月21日，共接到公众举报95000多件次（数据引自新华网12月22日报道《接举报95000多件次日中国关闭1129个淫秽色情网站》）。7月9日，互联网“违法和不良信息举报中心上海分中心”网站（<http://net.shanghai.cn>）开通。

（三）7月16日起，中宣部、公安部、信息产业部等14个部门和单位在全国范围内组织开展了声势浩大的打击淫秽色情网站专项行动。经过3个多月的集中打击和清理整治，至11月中旬专项行动已实现了预期的工作目标。包括依法关闭境内淫秽色情网站1442个、赌博或诈骗网站365个；在境内影响较大的网站上删除违法网页24000多个、违法图片13000多张；在百度、中国搜索、搜狐和3721等搜索引擎上删除违法信息10万多条。其中，仅群众举报的线索就有46403条。截至11月9日，全国公安机关共立淫秽色情网站方面的刑事案件247起，已破获244起，抓获犯罪嫌疑人428名；公安部挂牌督办的40起重特大案件已全部告破（数据引自新华社北京11月10日电：《打击色情网站专项行动告捷》）。经过这次专项行动，境内淫秽色情网站和网上淫秽色情信息已被基本清除，网上秩序正常，网络环境明显净化。当然，对网上淫秽色情信息的打击不可能毕其功于一役，更不可能做到百分百的干净，因此，社会各界人士呼吁建立长效管理机制。

（四）中国互联网协会互联网新闻信息服务工作委员会在年内通过并公布了两个自律规范：6月10日公布了《互联网站禁止传播淫秽色情等不良信息自律规范》；12月22日，公布了《互联网搜索引擎服务商抵制淫秽、色情等违法和不良信息自律规范》。这两个自律规范对配合专项整治行动发挥了重要作用。

（五）在成立行业组织方面，经北京市社会团体登记管理机关核准登记，于10月26日成立的“北京网络媒体协会”最具代表性。因为从属地管理的角度，北京网络媒体在全国网络媒体中的比重和影响最大。在北京市人民政府新闻办公室的主导下，众多的新闻网站、媒体网站、商业门户网站及通过互联网传播新闻信息的单位组成的这一成员广泛的社会团体，宗旨是建立网络新闻信息传播行业“自我约束、互相监督、公平竞争、健康发展”的自律机制，同时发挥桥梁与纽带作用，反映行业的愿望和合理要求，保障会员单位的合法权益，向政府相关主管部门提出建议，努力为行业发展提供更多的服务。

政府2004年加大互联网管理力度，显然出于对整体形势的评估，包括对网上新闻信息传播形势和网上舆论形势的评估，但政府对互联网的管理，管什么、怎么管以及采取何种管理体制（如目前多头管理的体制是否适宜），无疑是领导部门及具体管理部门面对的需要不断改进思路和方法的长期课题。

互联网传播研究

互联网传播的形态、过程、效果等，从一开始就吸引了国内新闻传播学者关注的目光。值得自豪的是，国内学者完整地经历了这一过程，并通过自己的努力，开拓了互联网新媒体研究这一新领域，而且经过10年的建设，网络传播学科在国内已成为新闻传播学中的一个具有特定研究对象且具有自身鲜明特点的相对独立的分支学科。

10年来，网络传播学科所研究的范围不断扩展，包括网络传播法规、网络道德、网络传播对社会政治（包括电子政务）、经济（包括电子商务）的影响、网络传播中的知识产权、隐私权等各项权利的保护、网络传播与社会群体（如青少年、女性、边缘群体、弱势群体等）、网络传播与语言文字（符号）、网络传播与文学艺术、网站建设与经营、网络广告、网络新闻实务、网络媒体与传统大众传媒的关系、网络传播与人际交往、网络传播与文化（如传统文化、流行文化、本土文化等）、网络传播与全球化等。就互联网的各项功能和形态而言，研究涉及电子论坛（BBS）、聊天



室（IRC）、即时通讯（ICQ、QQ、MSN Messenger 等）、电子邮件（E-mail）报刊、流媒体（Streaming Media）、点对点技术（P2P）、Flash、在线游戏（Game online）、黑客（Hacker）、博客（Blog）、维客（Wiki）、搜索引擎新闻服务、RSS 新闻聚合技术，乃至手机短信息等，无一遗漏。10 年来，互联网传播学科的研究深度也在不断掘进。不仅有定性描述和研究，也有定量和个案研究；不仅对一些新概念进行了定义，也对很多热点理论和实践问题展开了争鸣。

从纵向看，2004 年无疑是中国网络媒介研究达到新水平的一年，是在十年持续研究中交出最漂亮成绩单的一年。

（一）专题学术研讨会举办

近年来，在国内众多的新闻传播学研讨会中，互联网及网络媒介研究是一个必不可少的议题，年内，两个专门的学术会议首次亮相，更具有特殊的意义。

2004 年 5 月 22 日至 23 日，由南京大学新闻传播学院和中国江苏网（系江苏省重点新闻网站）主办的“中国网络传播学年会”在南京举行。研讨会历时两天，分八个专场进行交流。这次研讨会是国内新闻传播学界首次就网络传播专题进行全方位深入地交流。重点探讨的问题包括：网络传播理论建构、网络舆论形成与影响、网络出版、网络新闻与评论表现形态、网络媒体受众行为、网站建设与运营策略、网络调查与统计方法、网络传播教育等。香港、澳门新闻院系的不少学者参加了本次研讨会。像香港城市大学的祝建华博士、澳门大学的吴玫博士等学者，不仅是国内此类研讨会的积极参与者，而且近年来与国内一些新闻院校建立了良好的合作研究联系。在港澳台及国外海外学者与国内学者的交流与合作中，前者给后者带来新的研究视野和新的研究方法，而后者则为前者提供了祖国内地媒介研究的便利和条件。

2004 年 11 月 27 日至 28 日，由华中科技大学新闻与信息传播学院和清华大学新闻与传播学院联合主办的首届“新媒介与传播革新论坛”（简称“新新论坛”）在武汉举行。研讨会除主题发言外，共分三个专题进行了深入探讨，包括网络媒介带来的机遇与挑战、电子媒介与文化产业发展、新媒介带来的传播理论革新。正像清华大学新闻与传播学院教授熊澄宇所指出的那样，“求同存异，尊重个性，鼓励创新”的原则，在这次研讨会上得到了充分体现，而这一原则还将继续推动国内新媒介的研究。

（二）学术著作出版

2004 年国内出版的网络媒介研究专著，仅本人获知的就达十多本。其中《网络

传播丛书》共八本，由北京大学新闻与传播学院副院长谢新洲教授和新华网总裁周锡生共同主编，由北京大学出版社陆续出版。包括：《网民分析》、《网络传播理论与实践》、《网络数据分析》、《网站策划与设计》其余四本：《网络伦理学》、《网络广告》、《网络报道策划与实施》和《网络信息传播法》。

其他专著成果还有：《网络媒体与艺术发展》（厦门大学教授黄鸣奋著，厦门大学出版社 2004 年 1 月出版）；《网络新闻采编评》（东方网编辑陈斌著，福建人民出版社 2004 年 5 月出版）；《网络传播学·一种形而上的透视》（中国传媒大学副教授吴风著，中国广播电视出版社 2004 年 6 月出版）；《中外网络新闻业比较》（上海大学教授张咏华著，清华大学出版社 2004 年 6 月出版）；《网络信息优化传播导论》（南京政治学院教授戴维民著，复旦大学出版社 2004 年 7 月出版）；《中国网络新闻事业管理》（南京大学教授杜骏飞主编，副教授巢乃鹏、秦州副主编，中国人民大学出版社 2004 年 7 月出版）；《数字传媒概论》（河南大学讲师冯广超著，中国人民大学出版社 2004 年 8 月出版）；《网络出版》（中国科技大学副教授周荣庭著，科学出版社 2004 年 8 月出版）；《网络互动——意义诠释与规则探讨》（中国社会科学院新闻与传播研究所孟威博士著，经济管理出版社 2004 年 11 月出版）；《新闻网页设计与制作》（南京大学副教授秦州著，福建人民出版社 2004 年 12 月出版）等。

中国新闻年鉴社于 2004 年 2 月出版了一本 168 万字的专辑《中国新闻年鉴·传媒调查卷》（中国社会科学院新闻与传播研究所副研究员刘志明策划并主编），其中有《互联网调查篇》，首次汇集了相关的研究文章和调查报告。中国传媒大学（原北京广播学院）柯惠新教授等人为专辑撰写了《对中国互联网经验研究方法的研究综述》一文。近年来，柯惠新教授以及她率领的研究团队不论是在互联网的实际调查方面（例如协助 CNNIC 完善调查方法），还是在互联网调查学术研究方面，都不断有新的建树。

特别值得一提的是，现在东京大学攻读的中国留日博士生祁景滢用日文撰写的《中国因特网上的对日言论分析》一书，2004 年 8 月由日本侨报社出版。在日本，中国互联网中有关日本的言论一直广受瞩目，有些人认为中国互联网中的“反日言论非常激烈”，“充满了攻击和煽动性言论”，并以此作为中国互联网在中日关系中的整体形象加以报道。祁景滢的专著从学术的角度对中国网上的对日言论进行了深入分析，指出言辞激烈的批日帖子决不是用简单的一句“反日大合唱”就可以概括的。

中国互联网的快速发展，及其对中国社会产生的影响与作用，引起了不少国外海外学者的极大兴趣，其中一些人多次到中国考察，写了不少的研究文章。瑞典龙德大学（Lund University）学者辛优汉（Johan Lagerkvist）亦多次来华，其中完成的



一项工作是选了七位中国学者研究互联网的文章，组织翻译成英文结集在美国出版，这一名为《中国知识分子对互联网的认知》（*Chinese Intellectuals Thoughts on the Internet*）的专辑成为学术季刊《当代中国思潮》（*Contemporary Chinese Thought*）2003 年冬季号。这项工作使得中国学者的部分研究成果得以在国际学术界传播。

（三）硕、博士学位论文通过答辩

以网络媒介为选题的新闻院校硕士、博士生的学位论文亦向研究的广度和深度不断拓展。其中有代表性的首推中国人民大学副教授彭兰的博士论文《花环与荆棘——中国网络媒体的第一个十年》¹，其导师为著名新闻史学家方汉奇教授。该篇论文对中国网络媒体第一个十年的发展进行了全面记录、理性分析。

在众多的硕士学位论文中，一个亮点是新浪网副总裁、总编辑陈彤撰写的《新浪网新闻频道的运营策略研究》²和新浪网新闻中心主编梁春元撰写的《网络新闻媒体运作模式初探》。他们对网络媒体的运作实践规律进行了总结、归纳和提炼，具有独特的价值。陈彤和梁春元均是中国人民大学新闻学院的在职研究生。值得指出的是，近年来众多网站的高级管理人员、编辑骨干纷纷攻读新闻传播学在职硕士、博士学位，或是攻读 MBA、EMBA 学位。其中不少已完成学业取得学位。如搜狐副总裁、新闻中心总监李善友已在 11 月取得中欧国际工商学院的 EMBA 学位。这一趋势显示网站高管、编辑骨干的知识层次在不断提升，网络媒体人才队伍的专业化程度在不断进步。

（四）研究组织成立

2004 年 4 月 14 日，北京大学法学院—雅虎互联网法律中心成立。6 月 10 日举行了首次研讨会。中心关注与互联网有关的法律与政策问题，如反垃圾邮件、网络知识产权、电子商务、隐私保护、信息安全、产业政策等，提供学界、业界、政府管理部门沟通交流的平台，并展开相关研究。中心编辑出版《互联网法律通讯》（不定期，专题形式，有印刷版和电子版），主要介绍国内外互联网法律政策的动态，以及刊载中心的研究成果。

（五）专业杂志创刊

4 月 20 日，《网络传播》（*New Media*）月刊在北京创刊发行。这是国内第一本面

1 彭兰撰写的《中国网络媒体的第一个十年》，2005 年 7 月由清华大学出版社出版。

2 陈彤、曾祥雪撰写的《新浪之道——门户网站新闻频道的运营》，2005 年 1 月由福建人民出版社出版。

向互联网信息传播业领域的专业杂志。该刊由国务院新闻办公室支持、中国外文出版发行事业局主管、中国外文局对外传播研究中心主办，国内外发行。刊物报道的重点为：网络新闻政策通报，网络传播规律探讨，实务经验交流，关键技术介绍、业界动态反映等。

2004 年中国网络媒体与网络传播十大事件

- 党中央对互联网管理工作高度重视，十六届四中全会 9 月 19 日通过的《中共中央关于加强党的执政能力建设的决定》中，提出了互联网管理的十六字方针：“法律规范、行政监管、行业自律、技术保障”。11 月 8 日，中共中央办公厅、国务院办公厅下发《关于进一步加强互联网管理工作的意见》。
- 温家宝总理在看到国务院办公厅选编的《互联网信息择要》后，于 11 月 5 日就拖欠农民工工资问题做出批示，此事表明党和国家领导已从网络舆情中了解情况并推动问题的解决。
- 4 月 20 日，《网络传播》(New Media) 在北京创刊，这是国内第一本面向互联网新闻信息传播领域的专业杂志。
- 2004 年 5 月 22 日至 23 日，由南京大学新闻传播学院和中国江苏网主办的“中国网络传播学年会”在南京举行，这是国内新闻传播学界以网络传播为专题的首次大型研讨会。
- 6 月 10 日，由中国互联网协会互联网新闻信息服务工作委员会主办的“违法和不良信息举报中心”网站开通，标志着互联网治理体系中社会监督要素的添加。
- 6 月 15 日至 16 日，32 家城市新闻网站的总裁、总编在宁波举行“首届中国城市新闻网站发展与合作论坛”，标志着城市新闻网站群体的迅速崛起。
- 8 月 18 日，宁夏、内蒙古、西藏、广西、新疆五自治区的重点新闻网站负责人在银川举行发展研讨会，标志着起步晚、实力差的民族自治区新闻网站正快步前进。
- 10 月 26 日，旨在推动行业自律、促进互联网新闻信息服务健康有序发展的“北京网络媒体协会”获批准正式成立。
- 10 月 26 日，深圳市一位初中生家长在网上公布一封学校给家长的信，从而拉开了网上揭批“深圳妞妞事件”的序幕，并导致众多新闻媒体的跟进报道，一时形成强大的舆论压力。
- 12 月 31 日，“中国红客联盟”宣布解散，意味着中国早期黑客阶段的结束。



附：“中国新媒体传播学年会”举办情况

2004 年 5 月，首届“中国网络传播学年会”在南京举行；同年 11 月，首届“新媒体与传播革新论坛”（简称“新新论坛”）在武汉举行。这两个由新闻传播学术界创办的年度研讨会于 2007 年联合合办，2008 年合并，正式定名为“中国新媒体传播学年会”。

首届“中国网络传播学年会”于 2004 年 5 月 22 日至 23 日在南京举行，由南京大学新闻传播学院和中国江苏网主办，主题为“中国网络传播事业：挑战与对策”。

首届“新媒体与传播革新论坛”于 2004 年 11 月 27 日至 28 日在武汉举行，由华中科技大学新闻与信息传播学院和清华大学新闻与传播学院联合主办，主题为“新媒体与传播革新”。

“2005 中国网络传播学年会”于 11 月 5 日、6 日在南京举行，由南京大学新闻传播学院、南京大学网络传播研究中心主办，主题为“网络社会：传播与控制”。

“2005 新新论坛”于 11 月 26、27 日在北京举行，由清华大学新闻与传播学院和华中科技大学新闻与信息传播学院共同主办，主题为“新媒体的个人化趋势及其社会影响”。

“2006 中国网络传播学年会”于 12 月 15 日至 17 日在香港举行，由香港浸会大学媒体与传播研究中心和南京大学网络传播研究中心共同主办，主题为“数码传播与社会转型：中华社会及其他地区之经验”。

“2007 中国网络传播学年会”暨“新新论坛”于 10 月 13 日至 14 日在武汉举行，由华中科技大学新闻与信息传播学院与南京大学新闻传播学院联合主办，主题为“新媒体发展与个性化传播”。

“2008 中国新媒体传播学年会”于 2008 年 11 月 14 日至 16 日在北京举行，在北京举行，由中国人民大学新闻学院承办，年会主题为“融合、创新、变革”。

“2009 中国新媒体传播学年会”于 11 月 20 日至 22 日在北京举行，由清华大学新闻与传播学院承办，主题为“媒介演变与社会发展”。

“2010 中国新媒体传播学年会”于 12 月 9 日至 10 日在广州举行，由暨南大学新闻与传播学院承办，主题为“新媒体·新生活·新世界”。

“2011 中国新媒体传播学年会”11 月 25 日至 27 日在广州举行，由华南理工大学新闻与传播学院承办，主题为“聚焦新媒体体验新世界”。

“2012 中国新媒体传播学年会”于 12 月 6 日至 8 日在澳门举行，由澳门大学传播系承办，主题为“全球化下的社交媒体与数字网络”。

“2013 中国新媒体传播学年会”，12 月 7、8 日在上海举行，由复旦大学新闻学院承办，年会主题为“新媒体 新思维 新世界”。

“2014 中国新媒体传播学年会”，2014 年 12 月 5~7 日在北京举行，由中国传媒大学承办，年会主题为“断裂与重构·融合与创新：互联网思维的传播学逻辑”。

延伸阅读：告别中国黑客的激情年代——写在“中国红客联盟”解散之际¹

2004 年的最后一天，“中国红客联盟”(HUC)的核心人物 Lion 通过网站宣布“红客联盟解散，网站关闭”。即日起，中国红客联盟网站在空白的首页上仅呈现简单的一句话“HUC is dismissed on 2004/12/31”。

稍后，这一消息陆续出现在国内的一些论坛中，并延续到 2 月初，但只是产生小小的涟漪，并未产生较大的反响，也未见国内新闻媒体报道，倒是香港《文汇报》在 2005 年 2 月 8 日做了一个重点报道（文汇报珠三角新闻中心记者郑海龙深圳 7 日电），醒目的标题为《全国最大骇客组织解散》（说明：港台地区将“hacker”一词译作“骇客”）。报道开头写道：“号称全国最早最大、世界排名第 5 的骇客组织“中国红客联盟”，在去年最后一天宣布解散，同时关闭网站。据了解，该组织在鼎盛时期曾有 8 万之众，更因多次参与对抗外国骇客而毁誉参半。很多网友在得知这个消息的时候，均表示十分惋惜。”

最初，“黑客”(Hacker)是一个褒义词，指的是那些具有独创能力的编程人员，他们对任何操作系统都感兴趣，能够积极探寻出系统所存在的漏洞及其原因，同时找到解决的方法。然而今天“黑客”已是一个贬义词，主要指网络非法入侵者，即强行进入他人计算机信息系统，或恶意干扰对方工作，或从事窃取数据乃至破坏等违法犯罪活动的分子。用黑客自己的话来说，就是“强行撬锁(Picking)，未经许可侵入内部”²。

在黑客的行为中，有一种是出于政治目的而实施的“强行撬锁”，这种行为可以是个体实施的，也可以是群体实施的，可以是他国的，也可以是本国的。它是伴随激烈的国际国内政治冲突而发生的，反过来又会对冲突起到火上浇油的作用。

1 本文 2005 年 2 月 12 日首发于“博客中国”网站。

2 小林雅一，《中意之物，撬锁取来——可怕的“黑客会议”》，载于日经 BP 社中文网站，2002 年 7 月 23 日。



用。

在国际冲突中，以往传统媒体大都担负起宣传战的重要角色，互联网传播当然也具有同样的作用，然而互联网传播与传统媒体传播不同的是，它还可以成为发生冲突的国家间或敌对民族间互相攻击的工具。涂改网页、删改数据、堵塞访问通路、施放病毒等黑客攻击手段，是伴随国际冲突时最常见的状况，它已成为审视地区局势紧张与否、国家关系好坏与否的晴雨表。出于政治目的实施的黑客攻击往往具有群体性、规模大、火力猛、持续时间长等特点。当然，一旦发生这种情况，双方的国家机器都会给予高度关注，并采取相应措施。

中国黑客对外发起大规模的群体攻击，先后发生过六次：第一次在 1998 年 8 月，起因为印度尼西亚在暴乱事件中凌虐华人妇女侵害华人利益；第二次在 1999 年 5 月，起因为以美国为首的北约空军用导弹袭击中国驻南联盟大使馆并造成三名中国记者死亡；第三次在 1999 年 7 月，起因为李登辉抛出“两国论”公然挑战“一个中国”的原则；第四次在 2000 年 1 月，起因为日本右翼在大阪集会否定南京大屠杀；第五次在 2001 年 2、3 月间，起因为中日两国关系间的一系列摩擦，如三菱车事件¹、日航事件²、教科书事件³、《台湾论》事件⁴、小泉参拜靖国神社⁵等；第六次在 2001 年 4 月，起因为美国 EP3 侦察机在南海上空与中国战斗机相撞导致飞行员王伟死亡。

-
- 1 三菱车事件：2000 年 12 月 25 日，在长沙市小吴门地段，一辆日本三菱帕杰罗 V31 越野车（车牌号为：湘 A04945）由于刹车油管破裂导致制动失效造成一起严重交通事故，受害者郑慧严重脑挫伤。由于三菱公司对其产品有隐患不公开，出问题不承认，说处理不行动的表现，引起中国消费者的强烈不满。
 - 2 日航事件：2001 年 1 月 27 日至 28 日，中国乘客在乘坐日本航空公司 JL782 航班过程中受到无礼对待，回国后坚决要求日方向他们赔礼道歉，并向他们每人赔偿数额至少 1000 万日元（约合人民币 100 万元）。事件经新闻媒体报道后，在中国国内引起强烈反响。日本航空公司于 2001 年 2 月 25 日为为服务上的失误道歉，但矢口否认存在种族歧视。
 - 3 教科书事件：2001 年 4 月 3 日，日本文部科学省对严重歪曲历史事实的 2002 年版历史教科书宣布审定“合格”。课本中大幅削减了关于慰安妇、“三光政策”及南京大屠杀的记载，淡化和篡改日本军国主义的侵略历史。
 - 4 《台湾论》事件：2001 年 2 月 7 日，日本右翼漫画家小林善纪的中文版《台湾论》在台湾出版。原作在日本双周刊杂志《SAPIO》连载半年多后，于 2000 年 11 月 1 日集结成册。全书 12 章，其中有 4 章是李登辉个人的访谈。作者歌颂在李登辉身上找到失落已久的日本精神，并肯定日本统治台湾时代留下的“遗产”。
 - 5 小泉参拜靖国神社事件：2001 年 8 月 13 日，刚上任 4 个月的日本新首相小泉纯一郎不顾国内外的强烈反对，执意参拜了靖国神社。由于小泉表示每年都要到靖国神社参拜，以及不少内阁成员及政要也屡屡到靖国神社参拜，一再引起中国民众的强烈抗议。

从这六次攻击看，中国黑客都是在当时政治事件的大背景下，基于爱国主义和民族主义情怀的一种必然反应。

在中国红客联盟宣布解散之际，谨以此文献给具有正义感和充满激情的中国黑客。

中国黑客六次大规模对外攻击实况

第一次：1998 年 8 月攻击印尼网络

1998 年 5 月，印度尼西亚发生动乱。在此期间，大批华人受到迫害，华人妇女遭到令人发指的强暴。至 7、8 月，事件真相才通过互联网陆续透漏出来。在国内新闻媒体不报道此事的情况下，中国网民通过互联网陆续获得了相关信息。8 月初，全球华人社会形成抗议高潮，8 月 7 日，世界各地华人更同步举行抗议示威。印尼暴徒的行为激怒了刚刚学会蹒跚走步的中国黑客们，他们不约而同聚集在聊天室（IRC）中，讨论并决定对向印尼网站攻击。这是中国黑客的第一次对外群体性攻击行动，其表现出的团结与协调成为今后类似攻击行动的典范。

8 月 7 日，ChinaByte 责任编辑在网站论坛中发现一个新帖。这一“帖子”声称中国黑客袭击了印尼站点，同时附上了尚未恢复原貌的站点网址。编辑印证后当即决定立即在每日发送给订户的新闻邮件中，首次增发“号外”。“号外”中只有简单两句话及一个网址，但包含了这一新闻事件的核心信息。全文为：“你的站点已被来自中国的‘黑客’所‘黑’，印尼的暴徒你们的暴行是会有报应的!!!（中文）‘停止屠杀华人!!!’（英文）这是印尼一个‘to kobudi.co.id’的站点上日前出现的文字。这一站点目前被中国黑客小组所‘黑’。”

这一“号外”在几分钟里就被发送到数万订户的邮箱中。8 月 10 日，ChinaByte 更将相关新闻上了主页头条。标题赫然为：印尼排华暴行激怒中国黑客。副题为：网上怒潮连天起。

实际上，早在 8 月 7 日之前，中国黑客已对印尼网站和电子邮箱展开攻击行动。他们通过破解密码而拥有了系统管理员的权利，将“苦难的同胞，我为你悲愤哭泣！”“严惩暴徒！严惩凶手！血债血还！”等口号写在了印尼网站的首页上。他们同时还提供大量印尼重要部门的电子信箱，并向网友提供如何“轰炸”这些电子信箱的方法。8 月 17 日是印尼国庆日，这一天众多印尼网站再次遭到黑客的攻击，被黑网站首页都留有黑客们用不太连贯的英文以及中文声讨印尼排华暴行的词句。其中一名署名“Warning From Chinese”的黑客，在被黑的页面上留言道，他这样做只是提醒人们不要忘记 5 月间发生的惨案，此举并不会造成该网站数据的丢失，但警告系统



管理员必须将被黑页面保留 48 小时。这名黑客显然是为了让大家记住那场持续了 48 小时的排华暴乱。

中国黑客的攻击引起印尼政府强烈的反应，他们将中国民间黑客的行为指责为中国政府的怂恿，并指出是中国谋求地区霸权的强烈信号。据当时“美国之音”8月9日报道，印尼一名政府官员今日抗议“中国黑客”的“暴行”，据他说在8月7日以来，印尼至少有十余个互联网站，被自称“中国黑客”的组织摧毁，少数被贴上各种恐怖的图片，大部分被彻底破坏。另外8月7日几乎所有的印尼政府公用邮箱均遭到了邮件炸弹的疯狂轰炸。该官员竟说：“我们希望中国人保持理智，因为前一阶段的事情是我们自己的事情！如果中国人不想分清华人和中国人的区别，那就说明中国是一个充满威胁的国家，中国不能把有华人的地方都看作他的领土。50年代中国派来了军舰，我们可以理解，因为他们接走的是自己国家的人，今天中国黑客来了，我们迷惑，因为他们对我们自己的事情横加干涉。谁都知道，没有中国政府的授意，中国妇联是不会抗议的，中国政府不仅干涉我们的内政，而且挑唆国内黑客对我们的攻击。我们十分不满！”8月11日，印尼政府电子技术主管官员就中国黑客行为再度发言。他说，虽然黑客攻击给印尼造成了很大的损失，但他对民间的激愤他表示理解。但，印尼的问题是否像宣传的那样严重，大可不必听信过于危言耸听的报道。印尼政府会把自己的问题处理好。在被问及黑客攻击的损失时，他说有上百个网站被攻击，其中十几个被侵入，大部分遭到破坏，有黑客试图攻击金融系统，造成了一定损失。另外8月7日当天，印尼的网络异常拥挤，当天的政府邮件系统几乎瘫痪，给印尼的正常社会秩序造成了一定影响。但这位发言人话题一转，再次耸人听闻地说道：“完全有把握地说，中国的大量ISP凭借带宽的优势对我们进行了长达30个小时的邮件轰炸，我们很难说这不是有组织的行动。如果不是防空警报没响，我一定以为中国对我们宣战了。不过，谁的网络都有漏洞，任何民族都有黑客，我们不希望这是两个伟大民族仇恨的开端。我过去不相信中国威胁，现在我知道了不该听信中国政府口头上的什么政策，仅仅是他的十亿公民在政府偷偷怂恿下发泄一下不满，就是一种可怕的力量。”他最后说：“我敢打赌，黑客事件仅仅是中国人对他们地区称霸的一个信号，当他们踏上我们的国土，开始说三道四时，大家就会觉得‘中国威胁’多么贴切，东盟的朋友，应该首先记住！”

第二次：1999年5月攻击美国网络¹

在1999年科索沃战争初期，中国黑客并没有对美国及北约国家网站采取太多的

1 关于这次网络攻击的情况，我曾写了《中国黑客在行动》一文，1999年5月27日首发 ChinaByte。

过激行为。然而，当中国驻南联盟大使馆遭到导弹攻击后，形势陡然大变。中国网民立刻在网上掀起了抗议浪潮，其声势决不亚于中国大学生和中国民众在美国驻华使领馆门前举行抗议活动的声势。与此同时，中国黑客无法忍受同胞被害、使馆被炸、民族尊严遭到侵犯，对美国及北约的政府、军事站点展开了持续多日的猛烈攻击。与对印尼网站攻击相比，结果是一呼百应，使攻击的规模和战果远远超过第一次，美国驻华使馆、白宫及美国和北约的众多网站或首页内容被改，或系统彻底瘫痪。

5月8日，当广大网友通过各种途径陆续获得我使馆被炸的消息后，犹如听到了警报，立刻纷纷上网。一位署名“九大王”的网友，于5月11日发出的一则的帖子《网络人民战争——网上抗美风潮亲历记》，生动地描绘了当时网上的情况，他最后写道：“这是一场真正的网（络）人（民）战争：在聊天室、在论坛，广大的网友们十指加键盘，与形形色色的汉奸、台独分子和其他仇视中国的人们做斗争；在后方，很多人在自己的主页上迅速加入抗议北约暴行的文字和图片，组成反北约战线联盟，他们的ICQ、FrongPage、CUTEFTP……一直开着，随时从战友那里得到最新情报，随时更新、上传；战斗在最前线的是特种兵——中国的黑客们，他们在最危险的地方进行着特殊的战斗……以上是我在5月8日夜及9日凌晨的网上亲历，从8日早晨上午9点到次日早晨将近24个小时里，其间我只吃了一顿午饭。9日8点以后的事不再记述，有消息说美国有300多个站点在5月9日被黑。1999年5月8日的夜晚，对无数中国网民来说，都将是一个难以忘怀的夜晚，同样是一个百年难遇的不眠之夜。自世界上有互联网以来，从来没有一次能像这次一样影响一个民族的情绪，虽然是对着计算机屏幕，但我能感觉到网友们那一颗颗拳拳爱国之心。我们感觉到所有的人都聚集在网络这一特殊的时空里，那种心情难以言表。”众多网民及黑客在近一周的日子里，在夜里两三点甚至到凌晨四五点向其他网友道声“撑不住了”才下网，实在是司空见惯。

白宫首页从5月8日晚起便遭到多次修理，现在国内有的个人主页至少保存有四个被黑的不同版本。其中最精彩的一个版本是白宫主页上的两面星条旗被换成了海盗骷髅旗，中间白宫图片中白宫顶上的星条旗也被换成了骷髅旗。在对白宫网站攻击的行动中，来自香港的黑客也大显身手。短短几天内，中国黑客将三位遇难记者的遗像或强烈抗议的字句或纳粹克林顿的图片贴到了数百个美国政府、军队及驻华大使馆乃至北约的网站上。国内不少网站不断公布美国政府机构和军事机构的网址，如“中国龙”网站汇集了美国空军的大量网址，其中特别提到：“据调查，执行此次对我驻南使馆轰炸任务的是驻 Missouri Whiteman Air Force Base 的第 509th Bomb Wing。即 B-2 空军基地。其网址是……（此处略），希望能有黑客高手前往狂



轰滥炸。全体中国人民感谢您!!!”网上不时传来报捷的消息。5月12日下午3点左右，一位署名“老游击队员”的网友报告：“最新消息！美国空军一网站被中国黑客攻破！”原来一位“福建龙岩”署名“中国天行”的黑客，将朱颖父亲致克林顿的信（中英文）贴到了代表美国空军最高荣誉的“雷鸟”飞行表演大队的网页上。他留言到：“出于尊敬之缘故，没有完全修理原有网页，仅借半屏空间发表我烈士父亲给贵国总统的信，以表示对美国和美国空军最强烈的抗议。”

在此次黑客攻击行动中，不仅有天马行空的独行侠，更有众人组成黑客兵团形成超强战斗力。5月9日，一个名为“中国黑客紧急会议中心”的组织应运而生，他们在网页上公布了美国250多个网站的密码（仅是他们知道的极小部分），立即引起国内众多网友去攻击这些站点。该组织声称：“这仅是一个临时组织，成员来自中国各地。我们成立的原因是——北约的无理野蛮的挑衅，我们成立的目的——抗议，打破外国敌对新闻机构的新闻封锁，让世人都能看清楚美国和北约的霸权心态和禽兽行为。我们没有严密的分工和行动规则，我们甚至互不认识，但我们团结一心。我们坚决拥护中国政府和中国共产党的主张。我们不会在行动中留下任何证据。请公安部门放心，我们只是用自己代表全中国人民的心声的页面去替换北约军事站点的首页，我们不会删除或破坏他们的任何数据。只要中国人民和中国政府的最终目的全面地无条件地达到，我们自然解散。但是，现在，我们在行动！”该组织于5月16日早8点发起了发起第三轮攻击，先后将美国海军与华盛顿通信中心（BASS）等多个军队站点的主页进行了彻底修理。

为了让更多的网友立刻掌握攻击手法，一时间网上布满了黑客技法速成。除了黑客高手修理美国网站的首页外，另一个克敌的手段便是使用“拼”（PING），即电子邮件炸弹捣毁对方的服务器。那几天，网上经常可见“让我们团结起来，邮件炸弹就是我们的进攻武器，如果数十万人一起这么干的话会很快使该网站瘫痪”的号召；可见教授“拼”方法的具体设置步骤；可见发起总攻的时间表。这一群起而攻之的简单手段，由于广大网友的踊跃掌握并同时运用，产生了极大的杀伤力。5月12日，“美国之音”的中文电子邮件新闻报道说：“中国的抗议群众除了在中国各地发动抗议之外，还直接向美国白宫发出了大量表达不满的电子邮件。电子邮件数目之庞大，甚至在星期一使得白宫网站故障，不得不暂时关闭进行修复。白宫发言人表示，星期一傍晚，白宫实习生发现无法连上白宫的网站，白宫电脑部门人员才发现，电子邮件的数量庞大使白宫网站不堪负荷而关闭，一直到星期二晚间才完全修复。这位发言人表示，这是白宫网站第一次因为大量电子邮件而造成故障。”

在中国驻南斯拉夫大使馆于北京时间1999年5月8日凌晨遭北约轰炸后不到12

个小时，美国驻中国大使馆网站即遭到中国黑客的攻击。

广大网友看到被黑的美国网页后，立刻给予最热烈的掌声和欢呼声鼓励，纷纷留言：“怀着激动的心情向黑客们致敬！”“向黑侠们问声：辛苦了！”“我太佩服和尊敬黑客了！谁在关键时候为民族尽力，谁就是英雄！”有的将“黑客”称为“红客”，赋予其革命正义的色彩。有的网友迫不及待要拜师学艺，表示“请热爱、拥护祖国的黑客马上传授‘黑’美国佬的方法给本人，并且希望可以同时收我为徒，令我日后也可以为祖国作出贡献”，而立刻也有人跟着表示“算我一个，我妈昨天就说我：玩了几年计算机，到报效祖国的时候了。”“中国黑客紧急会议中心”网页于 5 月 17 日推出网上民意调查“你对近期中国黑客的行動的看法”，到 20 日晚 11 点共有 717 人表示了自己的态度：① 绝对支持，我想加入行动（占 81%）；② 支持，但不会加入行动（占 13%）；③ 基本支持，但在细节上有些意见（占 3%）；④ 无所谓（占 0%）；⑤ 我觉得这样不太好（占 0%）；⑥ 绝对反对（占 1%）。尽管目前的网上调查不具有统计学层面的科学性与规范性，但毕竟可以利用网络的互动功能最快地了解部分特定社会群体的看法和意向。对于黑客的此次行动，连很多报纸也给予了正面肯定，在报道中称他们是“网络战士”、“网络勇士”，某报纸报道的一个段落标题是：“网络勇士们在这一特定历史时刻，成了比特时代的英雄”。

红色在中国即意味着革命，也体现着胜利。在这次中国黑客对美国网络进行的攻击中，为了更突显攻击的正义性，“红客”成为出于政治目的进行攻击的中国黑客的外包装。作为攻击主力的“中国红客网络安全技术联盟”（H.U.C, Honker Union of China）明确提出：应统一“红客”一词的英文名称（Honker）。他们认为：“英文是通行全球的世界语言，‘红客’一词若能在英文中占有一席之地，这将具有非同寻常的意义！这样红客在世界范围内的交流与应用将变得更加方便；更重要的是，这样做能扩大影响力，增强凝聚力，促进红客文化的形成和进一步的发展。”他们明确提出“红客”的宗旨是：“维护祖国统一，捍卫国家主权”、“一致抵抗外辱，打击反华气焰”、“打击日右、美帝、台独，以及一切敌视我们国家的敌对分子。”

第三次：1999 年 8 月攻击台湾网络

1999 年 7 月 9 日，李登辉在接受“德国之声”专访时，提出了所谓的“两国论”。公然宣称，台湾当局将两岸关系定位在“国家与国家，至少是特殊的国与国的关系”。台湾当局有关负责人也随声附和，说两岸关系已从“两个对等政治实体”走到“两个国家”，两岸会谈就是“国与国的会谈”等等。台湾当局这些分裂祖国的言论将他们一贯蓄意分裂中国领土和主权、制造“两个中国”、“一中一台”、“台湾独立”的意图暴露无遗。“两国论”顿时导致两岸局势紧张。大陆黑客依靠刚刚对美网络攻击



战中总结出的经验，从 8 月 7 日开始攻击台湾十多个政府网站，台湾黑客随即于 8 月 8 日展开反击，大陆黑客贴“世界上只有一个中国，世界只需要一个中国”，台湾黑客贴“台湾是中国永远分割的一部分”、“你们敢打，我们敢独；大陆黑客贴五星红旗，台湾黑客贴青天白日旗，一时间“山雨欲来风满楼”。香港、台湾报刊纷纷以“两岸黑客狂掀网络战”、“网络大战方兴未艾”、“网络开战：免不了的一场战争”为题，大肆进行报道：“台海两岸军队尚在隔海威吓，按兵观望，民间却已经先行拉开电脑资讯大战的序幕，双方电脑黑客互相攻击对方网站并张贴政治口号，展现实力。”

在大陆黑客的攻击中，台湾“行政院”、“国安局”、“新闻局”、“监察院”、“国民大会”等网站均被攻克。台湾方面指，仅对“国安局”的攻击 3 天内就达 7200 次。大陆黑客除删改网页外，还给许多台湾服务器安装了木马程序，导致不少网站服务器长时间瘫痪。值得一提的是，此次安装的木马程序由美国的 BO 首次改为了大陆黑客自己研发的“冰河”与 NetSpy，而木马“冰河”也成了大陆黑客最为钟爱的木马程序。8 月 11 日，台湾“国民大会”网站报警称，网站软、硬件疑遭黑客攻击造成严重毁损，即使是重灌系统也无法恢复。而警方对黑客仅利用软件就可破坏硬件，大感惊讶。在台湾黑客的第一波反击下，铁道部、中国证监会、陕西科技信息网、浙江平阳国税局网站等篡改网页。随着两岸黑客对攻战规模的发展，大量的非政府网站开始被殃及。参与者非理性的成分越来越大，只要是“黑”下一个对方网站，就被视为胜利战果。这种情况是出于政治目的而实施的黑客攻击最普遍的现象，已超出少数真正意义上的黑客的行径。一直到 8 月底，两岸的黑客战才暂告一段。后来，台湾黑客扬言要在 10 月 1 日当天大举进攻大陆网站，而大陆黑客则针锋相对地表示，如果这样，将在是 10 月 10 日坚决反击。

中国大陆黑客与台湾黑客的互攻是一场“持久战”，但凡碰到刺激事件就会引发攻击。如 2000 年 3 月 18 日台湾“大选”结束陈水扁上台的当晚，一些大陆黑客当即进行攻击行动。以下是一名叫“天语”的黑客的自白：“本人天语，浙江人氏，现外出打工，月薪 800 元人民币，虽不穷困也并不富有，刚好穿暖吃饱，平民一草民一贱民一个，连正规的高中都还尚未读过！此次对台湾的几个站点页面修改纯属发自一时气愤！要分裂我中国，我想每一个中国人对这个观点上的态度和我都该是一样的！尔等现正对我中国站点进攻，昨天竟还有一个所谓的‘可爱的’‘黑客’竟对我的个人电脑挂带的 HTTPD 产生了兴趣。呵呵！其 IP 来自 140.123.107.78。在此想也不用本人来说尔等对我方的进攻之密集！本人现警告之！本人原已停止对台主机的破解，但听闻尔等竟然反攻，并破坏我国几个站点。本人忍耐有限，于昨晚进入尔等国防部的主机。本打算来个 `deltree/y c:\`，但想此举必将引起黑客大战！顾及大家皆无利可图，本人最后退出 TELNET 进程并关闭端口，可能也顺手关了 80 端口（纯属水平

太差!，现公布屏捕图! 望尔等也能息事宁人!!”正是这名“天语”和其他黑客攻陷了台湾“国防部”等多个网站。

2004 年台湾“大选”后，台湾情治部门透露，3·20“大选”刚结束不久，大陆黑客竟突破重重防火墙，侵入“总统府”和“国安会”内部网络系统，窃取并下载机密文件。近年来，台湾媒体屡屡报道“大陆网军入侵台湾”。两岸长期僵持的局面，决定了两岸黑客长期互相攻击的态势。

第四次：2000 年 1~2 月攻击日本网络

2000 年 1 月 21 日，日本最高法院无视历史事实，悍然判决参加过当年南京大屠杀的老兵东史郎见证大屠杀的诉讼败诉；1 月 23 日，右翼势力在大阪国际和平中心集会，公然否定南京大屠杀的历史事实。这再次激起中国黑客的民族主义情绪，明确提出要进行一场网上的“新抗日战争”，发动了对日本网站的攻击。被篡改的日本网页上出现的文字如“不肯正视历史真相的日本人是亚洲之耻”，明显表现出此次攻击的政治性。

在这次攻击中，有一个自称“中国极右翼抗日联盟”（其当时设立的网站网址为：<http://www.bsptt.gx.cn/public/badboy/hack/>）的黑客组织最为显眼，从 1 月 24 日到 2 月 13 日，他们对大约 30 个日本网站发动攻击，其中包括日本政府科技厅、总务厅及《每日新闻》、NHK、冲绳邮政总局、JVC 公司等各类网站。该联盟网站张贴了极刺激的《致日本政府的公开信》，并表明联盟宗旨是“对日本少数疯狗在网络里进行猛烈的打击”，联盟组成是“一切具有强烈爱国心的中国网虫”。该联盟网页上还提供了 300 多个日本政府的网址、100 多名日本议员的电子邮件地址及十几种最有效的黑客进攻工具，并附有如何进攻日本网站的详细说明。2 月 18 日，《电脑报》记者通过 ICQ 采访了一位自称进行攻击的名为“ROOT”的黑客，并对他进行了技术甄别，确认他具有攻击日本网站的能力。ROOT 承认，日本总务厅、统计厅、科技厅等网站的瘫痪都是他所为（后据日本共同社报道，日本警视厅在调查黑客入侵事件中所得资料显示的时间，与自称攻击网站的黑客 ROOT 所讲述的入侵时间一致，且入侵时使用的服务器也和总务厅的一致）。他说，发动对日本网站的攻击，是因为不满日本极右翼势力在大阪集会否定南京大屠杀等历史事实。“所有一切都是我一人所为，我认为对付小日本我一个人就够了。我只觉得做了一件中国人应该做的事情，换成其他人也会这样做。”当记者问他以后是否还会采取类似行动时，ROOT 表示如有必要，还会照做。他说要日本政府和传媒不要低估这次行动，以为只是一种“恶意行为”，“我希望他们能把此事与大阪事件联系起来，给日本鬼子一个警告”。日本各大报刊、电视台均将中国黑客的攻击事件列为头条新闻，并进行追踪报道。



第五次：2001 年攻击日本网络

跨入新的世纪后之后，三菱车事件、日航事件、教科书事件、《台湾论》事件、小泉参拜靖国神社等一系列事件严重影响了中日友好关系。伴随这些事件，一再被激怒的中国黑客，持续地对日本网站进行了攻击。日本政府官员当时不得不承认，由于抗议者越来越喜欢通过互联网发泄不满，使日本网站受到政治动机袭击的事件急速增加，2001 年前五个月已出现 650 起类似的网站被黑事件，而 2000 年一年仅发生了 63 起以政治为目的的黑客攻击事件。

首先是 2 月的攻击波。“中国红客网络安全技术联盟”（H.U.C）宣布，2001 年 2 月 16 日 18 点开始对日本施行一个星期的攻击行动，包括政府网站、大型网站和其他重要的网站、重要 dns 系统。在随后的 10 多天中，日本 70 多家企业的网站表示被中国黑客侵入。这些企业遍及日本全国，多属民间企业，包括著名的日本电信公司 NTT、西日本印刷公司大日本印刷、日本精工的一家子公司、日本短波广播等。被黑客篡改后的网页，大都更换成了中国国旗。

由于教科书事件紧随而来的是三月攻击波。这次日本网站面临的是中国、韩国两国黑客攻击。如当时日本教育省、文化省、体育及科技省的官方网站遭到来自韩国的黑客攻击而不得不关闭，最终日本政府不得不出面敦促韩国政府采取措施阻止黑客再次进行攻击。

在小泉 8 月 13 日参拜靖国神社后，8 月的攻击波来得更为猛烈。中国的黑客在获悉新闻后，即刻采取行动，更换了部分日本政府站点的主页内容，以示抗议。中国黑客组织在声明中表示：小泉参拜靖国神社的举动严重伤害了亚洲各国人民尤其是中国人民的感情，加之此前的教科书事件等，令他们非常愤怒，为此，决定用攻击日本政府网站的方式，表达他们的强烈不满。其实，中国红客大联盟早已讨论，一旦 8 月 15 日小泉参拜，将对日本网络采取何种攻击行动，没想到小泉提早参拜，因此红客大联盟成员也提前行动。

8 月 13 日当天下午 4 时许，日本气象厅网站服务器首先受到中国黑客的攻击，其后，日本物质评估研究机构、日本战略物质研究中心、日本防御系统研究会、日本情报大会服务中心、日本消防厅、日本防卫设施厅、日本通讯研究实验室、日本议员网站等大批政府站点也受到攻击。8 月 14 日凌晨，红客大联盟发出了《对日本采取网络打击的声明》，内中写道：“日本首相小泉不顾全亚洲人民的抗议和日本国内祈求和平的声音，于昨日下午公然参拜了象征日本军国主义的靖国神社。日本领导人的这一错误举动严重地伤害了亚洲各国人民，尤其是受害最深的中国人民的感受。加之教科书事件等斑斑劣迹更是体现出日本当局对当年的错误毫无悔改之意。

红客大联盟在得到此消息的第一时间便召集了部分成员对此突发事件商讨对策。最终决定在我国政府还没有对日本提出抗议之前用我们所擅长的，表达我们网络时代青年群体对日本新政府的严正抗议和日本领导人的强烈不满。红客大联盟（www.RedHacker.org）在此次紧急行动中对以下的日本政府站点进行了主页替换。这和我们致力于推行的红客精神并不矛盾。红客大联盟对此件事情的发生表示遗憾，并将对以下所列举的受到攻击的站点负责。历史不容忽视，事实岂能篡改，反击方能赢尊重，发展才是硬道理！”

第六次：2001 年 4 月攻击美国网络

2001 年 4 月 1 日，美国军用侦察机将中国战机撞毁，导致飞行员王伟坠海死亡。这一事件在中国国内引起民众极大的愤慨，而在中美之间立刻造成布什新政府与中国关系紧张的局面。尽管 4 月 11 日，中国方面已同意美方机组人员先行返国，但事件尚未得到完全解决，两国间的气氛依旧剑拔弩张。从 4 月初开始，中美两国的黑客已经展开相互攻击。如美国黑客组织 [poizonB0x](#) 便是攻击中国网站的主力，而一个名为 [pr0phet](#) 的黑客则更是明确地说：“我一开始只是随机挑选一些网站作为攻击目标，不过现在我则主要攻击以 [.edu.cn](#) 和 [ac.cn](#) 结尾的网站，或者只是以 [.cn](#) 结尾的网站，都会成为我的攻击目标。”在这种气氛和情况下（5 月 8 日又逢中国驻南使馆被炸两周年），中国黑客在 4 月 30 日至 5 月 8 日打响了大规模的“第六次卫国网络战”。对于这次中美黑客大战的“战绩”，不同媒体的报道有很大出入，据“中国红客联盟”负责人称，真正被攻破的美国网站到 5 月 7 日为止有 1600 多个，其中主要的网站（包括政府和军方的网站）有 900 多个。而中国被攻破的网站有 1100 多个，主要网站有 600 多个。实际上，任何一次黑客战争既不可能事先公开“宣战”，更不可能有“终战”的截止日期。

这次中美黑客大战有以下特点：

（一）中国黑客的攻击事出有因

在中国黑客的这次行动中，“中国红客网络安全技术联盟”（简称“中国红客联盟”，HUC）是最瞩目的攻击主力，它使“红客”这一称谓再次叫响。其负责人 Lion 在 2000 年 12 月 1 日就提出建议：“统一‘红客’一词的英文名称（[Honker](#)）。‘红客’一词若能在英文中占有一席之地，这将具有非同寻常的意义！这样红客在世界范围内的交流与应用将变得更加方便；更重要的是，这样做能扩大影响力，增强凝聚力，促进红客文化的形成和进一步的发展！”也就是说中国黑客试图通过“红客”名称的确认，来赋予自己在一种特定情况下所作所为的正面形象。中国黑客涂改美国网页尽管也有以谩骂方式来泄愤，但主流是中国国旗、中国国歌和“伟大的中华民族万



岁!”、“美国必须对撞机事件负完全责任”、“抗议美国向台湾出售武器，破坏世界和平!”等口号，实践着“维护祖国统一、捍卫国家主权、一致抵抗外辱、打击反华气焰”的行动宗旨。

（二）中国黑客的攻击具有群体规模

“中国红客联盟”、“中华黑客联盟”和“中国鹰派联盟”是攻击美国网站的主力，由于以往通过各种形式奠定的组织基础，因此得以在这次攻击行动中发挥群体力量，并带动了一大批临时参战的“菜鸟”（即技术生疏的新手）。如 4 月 30 日晚 7 点，“中国红客联盟”召开了“攻击美国网络动员大会”，并提供了更换美国网页的专用数据包；再如 5 月 4 日晚，中国黑客集中力量攻击白宫网站，据称参与人数有 8 万之众，事后白宫网站的新闻负责人吉米承认“大量数据同时涌入，堵塞了白宫与其互联网服务提供商的连接通道”。中国黑客万众一心的行动并且其间的出色协调，使得美国方面怀疑这次中国政府如果说没有背后支持，至少也是默许的。加拿大军事评论家、汉和情报评论高级分析员平可夫在香港《亚洲周刊》（第 19 期，5 月 13 日）撰文称此次中国黑客的攻击为一场“新人民战争”，而这场战争的主体往往是可以称为“信息战网络战民兵”的庞大群体，武器是计算机、杀伤性火力构成是知识和技能，战场便是信息网络。

（三）中国黑客群体由年轻人组成

据媒体报道，“中国鹰派联盟”负责人老鹰今年 30 岁，而“中国红客联盟”负责人 Lion 今年仅 21 岁，该组织发言人 Bkbll 也年仅 21 岁，是在校大学生，其专业还不是计算机。Bkbll 称“中国红客联盟”成员的平均年龄并不是媒体报道的 23 岁，而是更年轻，同时注册成员的 65% 是在校大学生。中国互联网信息中心（CNNIC）历次调查显示，30 岁以下的青少年占全体网民的绝大多数。如最近一次调查显示（截止日期为 2000 年 12 月 31 日），8 个年龄段中，18 至 24 岁占 41.18%，25 至 30 岁占 18.8%，18 岁以下占 14.93%，也就是说，18 至 30 岁年龄段的用户占到 2250 万总体的 75%。今年中国网络用户预计将突破 3500 万，2005 年将达到 2 亿，占全体国民的 15%。从发展看，如此规模巨大的中国青年网络用户群体的网络行为，今后不论是对内还是对外，都将产生更大的效应。

这一代人（20 世纪 70、80 年代生人）成长的环境与老一代完全不同，拥有的知识与技能完全不同，价值观也发生了很大变化。但“中国鹰派联盟”在致美国总统公开信中的一段话是颇为意味深长的：“过去短短的一百年里，中国人的日历充满了太多的苦难和积怨。为我们抚慰感伤的人，我们永远感激；为我们伤口撒盐的人，我们更不会忘记。我们的下一代，已经在肯德基、麦当劳中长大，每月去看一部制

作精美的好莱坞电影，也已经成为很多中国人的习惯。但有趣的是，正当我们的前辈们为此忧心重重的时候，把他们敲醒的却往往还是你们自己。”

（四）中国黑客的攻击得到国内普遍认同

在中美黑客大战之际，国内外的一些网站进行了网上调查。尽管这种形式不具有普遍性和科学性，但毕竟可以快速地反映部分民意走向。笔者收集的 4 个中文网站的调查数据如下：

网站（观察时间）	问 题	比 例
新浪（5 月 8 日晨） 总投票人数：197284	支持中国黑客先发制人采取攻击	81.61%
	仅支持中国黑客采取还击行动	14.01%
	其他	4.37%
网易（5 月 8 日晨） 总投票人数：16354	大长民族情绪，好	67.1%
	无理智的盲目行为，不应提倡	7.6%
	对中美关系无益的事不宜做	4.3%
	一群无聊的黑客遇上另一群无聊的黑客而已	10.2%
	受害的都是网站，何苦呢	8.7%
	不关心这种事	2.2%
新加坡联合早报网（5 月 8 日晨） 总投票人数：30704	你支持黑客行动吗？	
	支持	43.63%
	不支持	51.17%
	无所谓	5.17%
台湾蕃薯藤网站（5 月 7 日晨） 总投票人数：1626	黑客大战，你希望哪一方获胜？	
	中国	29.9%
	美国	42.3%
	我热爱和平	15%
	不要黑到我就好	12.6%

从以上调查中，可以看到中国黑客行为在国内得到普遍认同的一个轮廓。当然调查问题也会对结果产生影响。如新浪的调查仅 3 个问题，且提问方式偏向于攻击；



而网易的调查则为 6 个问题，仅一个问题为认同攻击。

（五）中美黑客大战吸引多国黑客参与

由于网络传播无国界，因此中美黑客大战竟很快扩展为一场“多国部队”参加的“世界大战”。如台湾“中时电子报”报道：“中美黑客大战战况惨烈，包括欧洲、中南美洲、亚洲及阿拉伯国家的黑客都加入，各为自己所支持的一方出力。马来西亚、巴基斯坦、巴西、阿根廷及印度等国的黑客明显是站在美国一边；韩国、日本及印尼黑客则比较同情中国。欧洲著名黑客组织 WoH（World of Hell）也来凑热闹，但未特别偏袒中方或美方。他们在网络上四处侦测，一遇网站有漏洞，就发动攻击。”更有媒体详细报道俄罗斯黑客如何支持中国黑客攻击美国网站的情况，但后来被中国黑客组织否定（注：实际上从技术上很难监测到手段高明的黑客发起攻击的地点）。这种状况势必来了一场混战，不少国家和地区一般性网站不可避免地被“流弹”击中，无辜遭殃。很多黑客（尤其是初级黑客）发展到只要发现有网站存在安全漏洞就进行更换网页、删改数据，当成自己“练手”或测试自我技能水平的方式，而这样一种不分青红皂白的胡乱攻击行为，只可能导致恶劣的影响。在这次中美黑客大战中，甚至连新闻传播学术网站也未能幸免，如笔者 5 月 13 日晨上网，进入台湾最主要的新闻传播学术站点“中华传播学会”网站，在点击主页上“中文传播学资料库”链接后，打开的页面赫然呈现“fuck USA Government fuck PoizonBOx”的字样。这是笔者首次在线直击被黑网页。

（六）中美黑客大战引起黑客攻击正当性的争论

伴随中美黑客大战，一场论战也在国内网络上展开，争论的焦点集中在两个问题上：中国黑客攻击有无意义和黑客攻击行为是否正当合法。5 月 5 日，人民网（人民日报网站）在这场大战酣热之际发表了署名“木乔”的时评《红客、黑客都对网络秩序构成危害》，作为主流新闻媒体在大多数人“发热”的时候发出了冷静、理智、平衡的声音。该文指出：“如果抛开中国‘红客’满腔的爱国热情以及美国的霸道行径暂且不谈，单就攻击网站这一行为本身而言，我们恐怕必须承认一点：无论是中国的‘红客’还是美国的‘黑客’，肆意攻击、破坏网站的做法实际上都是不可原谅的违法行为，说它是利用网络攻击手段危害网络公共安全的网络恐怖主义行为，也不过分”。但当时仍招致不少网友的强烈反弹，争论的火药味更加浓烈。

这里并不是全面探讨黑客问题，若从网络传播对国际关系和国际政治影响的角度看，相信这次中美黑客大战给双方都留下了深刻的启示。“从美国的角度看，这次中国黑客行动对美国发生的直接作用大体是：① 提醒美国，要搞好网络安全，就必须注意中国；② FBI（美国联邦调查局）扩大网络监控权有了更好的理由；③ 对中

国可能的极端民族主义的警惕性更高。”而从中国的角度看，也大致相同：中国使用的绝大多数是美国的软硬件产品，在网络安全方面要比美国差很多，必须尽快缩短这一差距，否则在未来信息战、网络战真正来临之际就要吃大亏。中国必须在网络攻防两个方面具备不亚于任何国家的水平和实力，因为谁具有进行信息战网络战的实力和威慑力，谁才可能在未来国际关系中握有更大的主动权。

在随后的反思中，中国黑客思想开始逐渐成熟，众多黑客纷纷再次回归技术，没有再热衷于媒体的炒作。黑客道德与黑客文化的讨论和延伸也让中国黑客逐步的重返自然状态，致力于对网络安全技术的研究。客观地说，中国黑客的行动对我国网络安全起到了启蒙作用，没有黑客，就没有网络安全这个概念。同时，一批黑客高手后来转变为网络安全专家，他们发现安全漏洞，研发出众多安全技术和安全软件，对我国计算机信息网络安全的发展做出了贡献。

2002 年 4 月 21 日上午，日本首相小泉纯一郎在没有任何征兆的情况下突然参拜了靖国神社。这是他上任后一年内第二次参拜靖国神社。中国黑客组织原本计划在“五一”期间组织对日本网站进行大规模攻击，中国互联网协会对此事给予密切关注，并责成中国互联网协会网络与信息安全工作委员会与中国计算机网络应急协调中心（CNCERT/CC）合作，组织部分互联网运营及安全服务方面的会员单位，召开会议，通报情况，部署应急防范措施。在中国互联网协会网站与中国计算机应急协调中心的网站上，发布了《关于防范与制止网络攻击行为的公告》。经过沟通工作，4 月 30 晚，5 个黑客组织（正式报道称“自发的民间非正式网络团体”）公开声明放弃拟定中的五一攻击计划，五一当天网上也未看到预计中的大规模的网络攻击与破坏现象。5 月 1 日，中国互联网协会还发表了题为“爱护网络家园造福人类社会”的谈话，重申中国政府和社会各界历来反对并将制止任何组织和个人以任何理由对网络进行任何形式的攻击，这种网络攻击行为和它造成的后果都是对他人合法权益的侵害。网络攻击可能引发严重后果，一旦形成规模，将会导致相互攻击不断升级，给国家和社会带来重大破坏与损失。这种行为对国家、对互联网、对国际社会都是不负责任的。互联网不应该成为没有法律约束的地带，无论是利用网络传播不良和有害信息的行为，还是针对网络的攻击行为，都是为法律所不容的。

自 2002 年之后，中国黑客大规模的对外攻击没有再出现，但黑客攻击往往是个个人行为，也不断有新人加入这一行列。因此，当中国和其他国家或地区发生冲突和摩擦时，这种攻击仍然无法避免。

2005 年

网络传播全面进入 Web 2.0 阶段

在对 2005 年进行年终盘点时，可以看到这样两个令人可喜的数据：中国网民数量在 6 月底已突破 1 亿，用户进入亿级规模；宽带网络的用户达到 5300 万，首次超过窄带（电话拨号上网）用户（CNNIC 第 16 次调查数据）。而在网络传播领域，最重要的新变化是全面进入 Web 2.0 阶段。

2005 年 10 月，中共十六届五中全会在北京举行。此次会议的主题是讨论“关于制定国民经济和社会发展第十一个五年规划的建议”。“十一五”规划（2006 至 2010 年）中指出：加强宽带通信网、数字电视网和下一代互联网等信息基础设施建设，推进“三网融合”，健全信息安全保障体系。“十一五”规划为今后五年中国信息产业绘制了发展蓝图。

互联网传播全面进入 Web 2.0 时代

Web 2.0 的概念自 2002 年提出并运作以来，到 2005 年已成为风行国际互联网的一个最热的词汇之一。互联网 2.0（Web 2.0）是互联网的一次理念和思想体系的升级换代，由原来的自上而下的由少数资源控制者集中控制主导的互联网体系转变为自下而上的由广大用户集体智慧和力量主导的互联网体系。从互联网的发展看，技术引领、应用推广是最重要的推动力。Web 2.0 同样是有了一系列新的技术作为支撑的。实践 Web 2.0 的成型的应用元素包括：博客（Blog，包含文字、声音、图像、视频）以及 RSS（简易聚合）、Web service（Web 服务）、开放式 API's（开放式应用程序接口）、WiKi（维客）、Tags（分类分众标签）、Bookmark（社会性书签）、SNS（社会网络）、Ajax（异步传输）等，底层是 XML 和接口协议，而这些应用又都是在一

些 Web 2.0 体系下的理论和思想指导下形成的。在信息传播方面，往往大量采用 P2P 技术。

国内近两三年来兴起的 Web 2.0 网站，主要有以下六类：

（一）博客

博客是 Web 2.0 最具代表性的应用。2005 年，不仅大量新兴的 Web 2.0 网站提供博客服务，而且新浪、搜狐等门户网站亦加入这一行列，促使博客得到空前普及。据调查，目前中文互联网领域的博客站点达到 3682 万个，博客人数达到 1600 万人，平均每个博客拥有大概 2.3 个站点，专为此提供存储空间的服务商已达到 658 家，注册用户超过千人的服务商达到了 330 家（以上数据为百度通过其中文网页数据库分析得出）。各著名博客网站规模迅速扩大，如“博客中国”获得 1000 万美元风险投资，在 7 月 7 日改版为博客网，全力打造博客门户网站。门户网站亦展开多种推广活动，如新浪网就独辟蹊径地推出名人博客。博客网、新浪网、搜狐网同时举办的三台博客大赛，让人感到博客领域的争夺战已是如火如荼。在“博客热”中，一批媒体工作者，甚至包括不少资深或担负领导职务的媒体工作者建立了自己的博客，一些媒体编辑、记者的博客群也应运而生。

（二）播客

播客可以视为音视频博客。在国内，提供播客服务的网站通常并不严加区分，有的甚至还包含网友制作的 Flash 作品。国内播客的起步是在 2005 年。通常认为土豆网是第一家播客网站（2005 年 4 月 15 日开通），但也有人指出，中国播客网于 2005 年 3 月 18 日开通，应是第一家。此外，受美国 YouTube 网站成功模式的影响，国内亦出现相当数量的视频共享（分享）网站。

（三）维客

维客支持的是众人协作式写作，实现了人人参与写作，人人编辑修改，在众人的共同努力下，文章、条目越来越丰富，越来越完善，并最终沉淀为知识库中的一部分。国外最成功规模最大的维客网站是维基百科（Wikipedia）。在国内，目前处于领先地位的是 2005 年 7 月成立的互动在线（北京）科技有限公司，开发出了拥有自主知识产权的中文维客系统——HDwiki，管理和运营着数十万个条目的在线信息和知识库，建立起了中文维客网站“互动维客”。

（四）互动多媒体网络杂志

从 2005 年起，一种新型网络杂志开始风行。它具有以下特点：一是以文字、图



片、Flash、音频、视频、3D 等多媒体信息为表现形态；二是实现了阅读者通过界面与编者、广告商及其他读者等多方面的互动；三是以互联网络为主要传播途径（读者可在线阅读、下载阅读，服务平台则提供阅读器软件并以 P2P 方式定期发送）。目前新数通公司的 Xplus、智通无限公司的 Zcom、广州数联软件技术有限公司的 Pocozine 等在市面上的占有率较高。

（五）新型虚拟社区

基于 Web 2.0 概念的新型虚拟社区，格外受到年轻用户的欢迎，例如千橡互动创办或收编的猫扑、Donews、DuDu、pcast、Uume、5Q、Renren 等近十家子网站，试图把服务细分到社会不同人群当中，而猫扑网是主要针对青少年的互动娱乐平台，成为千橡旗下最活跃、最火爆的 Web 2.0 网站。

（六）社区搜索聚合

现有的搜索引擎主要是图书馆式的网页搜索，而不能搜索社区及 BBS 内容，因而社区网站的价值没有得到体现，大量的精华内容长期沉淀，没有被及时广泛地展现出来，导致社区内容无法从“小众”走向“大众”。在国内 Web 2.0 的热潮中，搜索聚合网站应运而生，最有代表性的网站是大旗网和奇虎网。“搜索聚合模式”就是通过技术的手段，将国内中文论坛、博客等在内的广大网民的信息内容抓取到一处，然后再经人工编辑整理，最后以分类导航方式，将内容呈现出来。

网络媒体建设、发展与管理

（一）网络媒体重大主题报道

2005 年国际、国内重大事件和突发事件不断，网络媒体报道的能量又达到新的水平。以神州六号 10 月发射及返回为例，人民网和新华网经授权对神六发射实况进行现场直播。在长达 120 多个小时的直播里，人民网直播页面共发布信息 1209 条，平均 6 分钟 1 条。在 18 日 3 时至 8 时这个时段，更达到平均不到 2 分钟便发布 1 条信息的高频率。在神六发射的 10 月 12 日，新浪网当天 24 小时的访问量突破 4.5 亿页读数，刷新了此前 2004 年雅典奥运会创造的流量记录。各大新闻网站和门户网站几乎动用了所有的表现形态，新浪网还独家推出了 3D 全程模拟动画大片，以令人震撼的效果逼真演示了神六从发射到回收的全过程，推出后受到了网民的大力追捧。

11 月 7 日，北京奥组委宣布，搜狐成为北京 2008 年奥运会互联网内容服务赞助

商。这是奥运会历史上第一次设立互联网内容赞助类别。根据协议，搜狐将为北京 2008 年奥运会和残奥会，北京奥组委、中国奥委会以及中国体育代表团提供官方互联网内容服务，打造官方网站（www.beijing2008.com）。搜狐为取得赞助商的身份付出了昂贵的代价，它能否在未来三年内改变目前门户网站的格局，网民将拭目以待。

（二）网络媒体传播新形态

2005 年 6 月 19 日，胡锦涛总书记批示：“网络上的新事物层出不穷，互联网新媒体网络电台对青少年的影响日益增强。如何兴利抑弊，善加利用，需很好研究。”李长春等领导同志也多次指示：“不断拓展对外宣传新渠道，大力发展互联网在线视听”。7 月 13 日，“国际在线”正式开播多语种（汉语普通话、英语、德语、日语）网络电台；7 月 28 日，中国广播网开通银河网络电台；8 月 8 日，央视国际网络开通网络电视新闻频道和娱乐频道。这是广播电视媒体落实总书记的指示在互联网领域采取的重大举措。8 月 16 日，中青网“青春之声——中国青少年网络电台”开始试播。

新闻媒体的图文内容进入手机终端，目前主要有三种方式：新闻短信、手机报、WAP 网站。在手机报方面，继 2004 年 7 月 18 日，全国第一家手机报《中国妇女报·彩信版》开通后，有不少媒体网站尝试探索这一新业务，在今年更掀起一个小高潮，《浙江手机报》、《南方手机报》、《辽宁手机报》、《江西手机报》、《深圳晚报彩 e 版》手机报、《鲁中手机报》、《华西手机报》声讯版、《青岛手机报》、《泉州手机报》等纷纷面世。《中国日报》（*China Daily*）网站打造的中英文手机信息服务平台，以图文直播重大事件、突发事件为特色，取名为“直播中国”。

2005 年 2 月 24 日，人民网与中国人大新闻网、中国政协新闻网共同开办的以手机为终端的“两会”无线新闻网站开通。5 月 25 日，上海东方网的无线新闻网站开通。为落实李长春等领导同志关于“国家主流媒体要占领网络、手机等新的舆论宣传阵地”的指示，12 月 16 日，人民网、新华网、千龙网更联合创办了“掌上天下”WAP 网站。

互动多媒体网络杂志（或称“电子杂志”）在 2005 年亦有迅速发展，其中网络媒体创办的有代表性的网络杂志是南方网于 8 月创刊的《物志》。

网络电视（IPTV）牌照的发放是 2005 年业界关注的事件之一。4 月，国家广电总局向上海文广新闻传媒集团发出首张 IPTV 执照，准其开办以电视机、手持设备为接收终端的视听节目传播业务。手机电视的发展亦是年内一个亮点。自中国移动 9 月底全网开通手机电视业务以来，截至 11 月底，中国移动全网的手机电视用户已经



突破 15 万户，上海的实际用户数突破 2 万户。

新的技术不断开辟新的业务领域和新的经营领域。但是否能形成市场规模以达到赢利目的，不论是手机报，还是网络杂志，都还有一段摸索的过程。

12 月 7 日，由中华全国新闻工作者协会主办，诺基亚（中国）投资有限公司协办的“首届移动通信与新闻媒体研讨会”在北京举行，主题为“合作、创新、发展、共赢”。会议特别邀请国务院新闻办公室原主任、中国人民大学新闻学院院长赵启正做了“移动通信与社会发展”的主旨演讲。中国记协能够在这一领域发挥纽带、桥梁、平台的作用，得到各方面的好评。

（三）新闻网站经营领域新发展

新闻网站整体实力和水平的提高，不仅使自身的网络新闻传播和网络舆论引导的能力得到加强，更重要的是能够对国家和所在省区的信息化、网络化发挥重要的作用。10 月 1 日，由新华网承担建设的中国政府网试开通，11 月 22 日英文版试开通。中国政府网是国务院和国务院各部门，以及各省、自治区、直辖市人民政府在互联网上发布政务信息和提供在线服务的综合平台。此举是新华网为我国电子政务工程做出的一大贡献，显示了重点新闻网站在经营领域扩张的能量。

年内，涉及新闻网站控股的事件，7 月发生的两件事尤其引人关注：一是北青传媒控股千龙网，二是东方网控股凯迪网络。

在与外资网站进行内容合作方面，5 月 26 日，北青网成为 MSN 的合作伙伴，当日开通的“MSN 中国”网站资讯与娱乐频道的全部内容为北青网所提供。在借助他人的平台为我所用，产生良好的报道效益和经济效益方面，北青网进行了积极的探索。

（四）民族自治区网新闻网站新发展

年内，西部地区尤其是民族自治区重点新闻网站的建设有着引人注目的发展。1 月 1 日，“全国民族自治区重点新闻网站联盟网”在内蒙古新闻网、天山网、中国西藏新闻网、桂龙网、新桂网、宁夏新闻网的共同建设下顺利开通。

今年，相当多的省、区、市开展（有的是连续开展）了网络媒体行采访活动，称得上是四年来开办此类活动规模最大、涉及范围最广的一年。其中最引人注目的，是庆祝西藏自治区成立 40 周年而举办的“首届全国网络媒体西藏行”（7 月 5 日至 12 日）和庆祝新疆维吾尔自治区成立 50 周年而举办的“50 年风采：全国网络媒体新疆行”（7 月 17 至 24 日）采访报道活动。“新疆行”创造了多项网络媒体行的全国

第一：（1）参与媒体最多，全国 37 家网络媒体全国及自治区 13 家主要新闻媒体，共 50 家媒体参与；（2）举行大型开幕式文艺晚会，并由电视、广播及 35 家网络媒体同时进行网上直播；（3）采访线路最多，在全疆共分五路进行采访。网络媒体的 60 多名人员在 8 天中发文字稿 1020 篇，图片 4000 多幅，各网站开设专题 35 个，全方位地报道了新疆 50 年来翻天覆地的变化。

西部地区尤其是自治区的新闻网站尽管付出巨大的能力取得较大的进步，但与东部地区相比差距仍是巨大的。因此，看到西藏、新疆网络媒体发展的重要性，给予及时且力度较大的支持是必要的。

（五）网络编辑员成为新职业

按照网站数量估算，目前我国拥有网络编辑从业人员 300 多万人，伴随未来的发展，其需求将呈上升趋势。3 月 31 日，劳动和社会保障部向社会公布了第三批共 10 种新的职业，其中“网络编辑员”名列其中。网络编辑职业分网络编辑员、助理网络编辑师、网络编辑师和高级网络编辑师四个等级。网络编辑员资格考试制度推行后，将引导从事网络编辑的工作人员掌握更加全面的网络和新闻等综合知识，完善知识结构，更好地适应网络编辑工作。

对网络媒体编辑来说，今年还有一件喜事：11 月 8 日中国第六个记者节，中华全国新闻工作者协会对近几年来在新闻宣传工作中做出突出成绩的 172 名新闻工作者进行了表彰，授予他们“全国优秀新闻工作者”的荣誉称号，人民网评论部主任唐维红、新华网时政部主任杨新华和中国网中文部副主任闫昕霞进入这一行列。这标志着网络媒体的地位不断上升。

（六）网络媒体的舆论动员及组织作用

2 月 28 日，美国多个华人团体率先发动反对日本成为安理会常任理事国的“百万人全球签名”活动。随着 3 月中旬国内众多网站的加入，才真正成为一场声势浩大的签名活动。据估计，至 4 月下旬这次网络大签名的总人数达到 4000 万（当然不可避免有反复签名、替他人签名的情况）。而此前国内网络签名规模最大的一次是 2003 年爱国者同盟等 7 家网站针对侵华日军在齐齐哈尔遗留化学武器泄漏事件发起的“对日索赔百万网民签名活动”。反对日本入常的签名，原本要打印交联合国，尽管最终没有付诸实施，但这次签名活动对随后的游行示威活动无疑起了舆论动员作用。进入 4 月，连续三周的周六、周日，国内多个城市举行了反日游行示威活动，互联网和手机的信息传播在其中发挥了集体行动组织者的作用。游行示威集结之快、人数之众、主题之明确、形式之松散、组织者之隐秘的特点，得到前所未有的展现。



这说明，虚拟空间作为现实的反映，政治表达、政治动员、政治抗争都会充分地表现出来。

（七）网络媒体与和谐社会建设

党中央提出构建和谐社会后，网络媒体主管部门和新闻网站在 2005 年举办了一系列以此为主题的研讨会。如 4 月 12 日至 15 日，“网络发展与和谐社会建设研讨会”在深圳举行。6 月 26 日，中文互联网发展高峰研讨会在海南举行。10 月 17 日，“净化网络环境 传播先进文化”互联网高峰论坛在郑州举行。11 月 15 至 17 日，第五届“中国网络媒体论坛”在杭州举行，主题就是“网络媒体与和谐社会”（本届论坛由国际在线承办）。在开幕式上，与会的中央和地方新闻网站共同签署了题为《为构建和谐社会做出共同努力》的倡议书。国务院新闻办公室副主任蔡名照在论坛上发表了《坚持健康有序发展，建设和谐网络环境》的主旨讲话。

站在构建和谐社会的高度来认识网络、发展网络、管理网络，这是党中央面临的一个重大课题。对网络媒体来说，则是以社会责任感和历史责任感来推进中国社会的发展。在今年“两会”期间，一条征集“总理记者招待会网民最想问的问题”的帖子于 3 月 11 日出现在新华网发展论坛，立刻引起网民的踊跃提问。类似内容的首帖有 40 余条，跟帖达 2600 余条，截至 14 日已汇集近 1300 个问题，有近 10 万人次上网点击，点击量超过 26 万人次。网民所提的问题涉及农业、国企改革、反腐败、科技、教育、再就业、港台、外交等政府工作的方方面面。3 月 14 日，国务院总理温家宝在十届全国人大三次会议闭幕后举行的记者招待会的开场白中说道：“昨天我浏览了一下新华网，网民们知道我今天开记者招待会，竟然给我提出了几百个问题。他们对国事的关心，深深感动了我。他们许多建议和意见是值得我和我们政府认真考虑的。”新华网此举迅速拉近了政府与民众、总理与网民的距离。

中国互联网协会互联网新闻信息服务工作委员会和互联网新闻研究中心于 9 月首次举办“网站品牌栏目推荐活动”。原则上，每年向公众作一次推荐。2005 年向公众推荐的 22 个网站品牌栏目（频道）发布仪式于 12 月 27 日在北京举行。此举是为推动网站建设健康向上、内容丰富、特色鲜明的栏目和频道。

（八）网络媒体与网络传播管理新法规

2005 年对互联网传播和网络媒体管理的总体态势是趋于严格了。3 月 3 日至 3 月 5 日，众多高校的 BBS 纷纷以“系统维护”之名进入非正常运作，对外实行关门制，对内实行实名制。3 月 20 日，信息产业部发布的《非经营性互联网信息服务备案管理办法》开始施行，至年底未登记备案的网站将被关闭。4 月在国内一些城市连

续发生反日游行示威，4 月 21 日，公安部新闻发言人指出：“未经公安机关批准，通过互联网和手机短信发起组织游行示威的，也是违法行为。”5 月 30 日，《互联网著作权行政保护办法》实施。7 月 20 日，腾讯公司发布通告，将对 QQ 群创建者和管理员进行实名登记。9 月 25 日，国务院新闻办公室和信息产业部颁布《互联网新闻信息服务管理规定》。11 月 1 日起，公安部门联合信息产业部、银监会在全国范围统一开展手机违法短信息治理工作。11 月初，新闻出版总署启动“互联网出版违规警告制度”。12 月，手机实名制被确定。

国务院新闻办公室作为互联网新闻传播和网络媒体管理的行政主管部门，曾于 2000 年 11 月 7 日和信息产业部共同发布《互联网站从事登载新闻业务管理暂行规定》。五年时间过去了，互联网领域发生了很多新变化，为适应变化的新情况，国务院新闻办公室对暂行规定进行了修改和补充，并再次和信息产业部共同发布《互联网新闻信息服务管理规定》。该规定所称新闻信息，是指时政类新闻信息，包括有关政治、经济、军事、外交等社会公共事务的报道、评论，以及有关社会突发事件的报道、评论。该规定所称互联网新闻信息服务，包括通过互联网登载新闻信息、提供时政类电子公告服务和向公众发送时政类通讯信息。

2005 年中国网络媒体与网络传播十大事件

- 年内，博客在国内大面积普及，成为网络传播领域中的新景观。
- 3 月 31 日，“网络编辑员”成为劳动和社会保障部公布的新职业。
- 3 月至 4 月，中国网民反对日本任联合国常任理事国掀起空前规模的网络签名。
- 4 月，广电总局向上海文广新闻传媒集团发出首张 IPTV 执照。
- 7 月至 8 月，国际在线、中国广播网、中青网相继开通网络电台，央视国际网络网络开通电视新闻及娱乐频道。
- 7 月，北青传媒控股千龙网，东方网控股凯迪网络。
- 7 月 17 至 24 日，“50 年风采：全国网络媒体新疆行”采访报道活动创造多项网络媒体行的全国第一。
- 9 月 25 日，国务院新闻办公室与信息产业部联合发布《互联网新闻信息服务管理规定》。
- 11 月 7 日，搜狐成为 2008 年北京奥运会互联网内容赞助商。
- 12 月 27 日，中国互联网协会互联网新闻信息服务工作委员会和互联网新闻研究中心首次举办的“网站品牌栏目推荐活动”举行颁奖仪式。



延伸阅读：中国互联网 Web 2.0 阶段的传播与管理¹

本文是对中国互联网进入 Web 2.0 阶段以来传播状况的一次梳理和评析。

2005 年，中国互联网全面进入“Web 2.0”阶段。Web 2.0 的本质是“参与式的架构”，因而使互联网上“一人一媒体”及“所有人向所有人的传播”变得更加容易简便，使传播内容更加多元、传播形态更加多样的局面得以呈现。伴随 Web 2.0 新技术、新应用带来的新变化，政府、网站、网民三者间的关系亦变得更加微妙。政府面临着“如何管理”的难题，网站面临着“如何赢利”的压力，网民面临着“如何表达”的选择。在中国目前的新闻体制现实中，Web 2.0 阶段尚无法实现互联网上的公民新闻、草根媒体的局面，但技术的作用和用户的意识将使今后互联网管理面临更严峻的挑战。

“Web 2.0”概念的提出始于 2002 年美国 O'Reilly 公司和 MediaLive 国际公司的一次会议。2004 年 10 月，O'Reilly 公司总裁提姆·奥莱理（Tim O'Reilly）发表了一篇长文《什么是 Web 2.0》，被视为阐述 Web 2.0 的经典之作。文章指出：“在那次会议之后的一年半的时间里，‘Web 2.0’一词已经深入人心”。²

在中国，Web 2.0 的概念在 2005 年得到广泛的普及。2006 年 2 月，中国互联网协会发布了《中国 Web 2.0 发展现状与趋势调查报告》。该项调查的起止时间为 2005 年 6 月 1 日至 12 月 8 日，调查对象为 Web 2.0 企业和用户。这份报告在对 Web 2.0 概念进行定义时指出：“互联网 2.0（Web 2.0）是互联网的一次理念和思想体系的升级换代，由原来的自上而下的由少数资源控制者集中控制主导的互联网体系转变为自下而上的由广大用户集体智慧和力量主导的互联网体系”。³

在概念的使用上，互联网实验室董事长方兴东博士 2005 年 7 月 16 日曾撰文《为什么我不喜欢用“Web 2.0”，而使用“互联网 2.0”》，他提出两点理由：（1）在中文语境中的一个术语嵌入一个英文词，实在太不中国化、大众化；（2）“Web 2.0”太局限于基于浏览器的网页层面，而“互联网 2.0”，可以更好地将内涵扩大到客户端，甚至今后可以扩展到手机等大众化移动终端。⁴

也就是说，“Web 2.0”与“互联网 2.0”在概念上并无本质上的差异。

1 本文原载于《中国网络传播研究》第一辑，复旦大学出版社 2007 年 11 月出版。

2 全文翻译玄伟剑。<http://www.fyjs.cn/bbs/simple/index.php? t62608.html>

3 报告下载链接（<http://hi.baidu.com/itissing/blog/item/2540b3de2d27dd58ccbf1a8b.html>）。

4 <http://blog.bokee.com/fangxd/2293189.html>

由于“Web 2.0”在中国互联网界的普遍使用，故本文采用这一表述。

中国互联网进入 Web 2.0 阶段

2005 年是互联网发展新阶段的起点，尽管这里使用了 Web 2.0 的概念来概括，但新阶段的形成显然应该从更宏观角度来看，即新阶段是由多方面因素促成的，主要表现为：

（一）网络用户突破 1 亿

据中国互联网信息中心（CNNIC）第 16 次调查统计数据表明，截至 2005 年 6 月 30 日，中国互联网用户数量首次突破 1 亿。¹

（二）宽带网络形成规模

仍据 CNNIC 调查数据，截至 2005 年 6 月 30 日，宽带上网人数首次超过了网民的一半，达到 5300 万人，增长率为 23.8%。²近年来的调查显示，宽带用户持续高速增长取代了以往最被关注的网民数量增长。宽带网络打破了以往音视频传播的瓶颈，网络电台、网络电视（即网站集纳本身原创内容和其他来源内容而设立的音视频专门频道）应运而生。网民对音视频内容的在线观看、下载观看、上传及通过其他途径再传播等活动空前活跃。

（三）手机媒体迅速崛起

通常认为，通信的特征是信息的点对点，传播的特征为信息的点到面。然而当代通信技术的迅猛发展，使电信与传播合成为“电信传播”这样一个新概念，也就是说，电信网络已经成为信息内容的传播网络，电信终端也已经成为媒体终端，如手机技术应用的发展，使其不仅是双向语音通话的工具，而且成为个性化的随时随地收发信息的媒体终端。截至 2005 年底，中国手机用户达 3.88 亿，成为全球第一大手机市场。2006 年 8 月，中国手机的拥有量已达 4.37475 亿用户，手机普及率达到每百人 32.7 部。³也就是说，手机用户是互联网用户的 4 倍。2005 年手机报（基于

1 据 CNNIC 第 18 次调查，截止到 2006 年 6 月 30 日，中国互联网用户数量已达 1.23 亿（第 16 次调查报告：<http://www.cnnic.net.cn/uploadfiles/pdf/2005/7/20/210342.pdf>；第 18 次调查报告：<http://www.cnnic.net.cn/uploadfiles/pdf/2006/7/19/103651.pdf>）。

2 据 CNNIC 第 18 次调查，截至 2006 年 6 月 30 日，宽带上网人数已达 7700 万，增长率为 45.3%，在所有网民中比例已经达到 62.6%。<http://www.cnnic.net.cn/uploadfiles/pdf/2006/7/19/103651.pdf>

3 记者冯晓芳，《信产部数据显示中国电信用户突破 8 亿》新华网北京 9 月 20 日电。
<http://www.chinaemnet.com/newsview.asp?cat=2304&dTitle=cyzc&id=44101>



MMS 功能，大陆俗称“彩信”）的创办掀起了一个高潮，手机电视也初露端倪。

（四）数字终端广为普及

今天，信息内容的生产，不仅专业机构可以大规模地进行，而且千千万万的个体也可以通过多种手段进行制作。其传播不仅可以通过互联网，也可以通过电信网。这与多样化的数字工具及终端的普及是分不开的。如，网民可以通过 DC、DV、扫描仪、手机、数码录音笔等，拍摄照片及活动视频、录取音频，亦可以利用各种软件制作音视频内容，然后上网进行传播。再如，以往网民使用网上音视频内容的终端仅仅是计算机，主要方式是在线直接收听收看或是下载到本地机的硬盘上、刻录到光盘上离线收听、收看。但如今很多网民是将网上音视频内容“转移”到多种数字终端上，如下载或转存到数字录像机、eBook 阅读器、PDA、MP3 播放器、MP4 播放器、手持游戏机等多种终端上进行收听收看。各类数字终端、通信终端（如手机）与互联网的对接，使互联网信息传播更具灵活性和扩展性，从而使兼容、开放、共享的局面得到彻底实现。

Web 2.0 阶段的特征

Web 2.0 是相对 Web 1.0（2003 年以前的互联网模式）而言新一类互联网应用的统称，是一次从核心内容到外部应用的进步。由 Web 1.0 单纯通过网络浏览器浏览 Html 网页模式向内容更丰富、联系性更强、工具性更强的 Web 2.0 互联网模式的转变已经成为互联网新的发展趋势。

Web 2.0 是从 Web 1.0 发展而来，因此并不能将二者对立或者割裂开来。门户网站、新闻网站同样可以融入 Web 2.0 的服务，如新浪、搜狐、网易等门户网站迄今均已提供博客服务，国际在线、中国广播网等新闻媒体网站也已提供播客服务。但必须看到，从一开始基于 Web 2.0 概念、技术而建立起来的一批新网站这两年迅速崛起，成为互联网业界一道最耀眼的风景线。

有文章指出：“一个基于 Web 2.0 理念建设和经营的网站按照国内互联网发展的现况，应该最基本具有如下明显的特征，这也是判断一个网站是否是 Web 2.0 网站的最关键的几点：

（一）网站平台最少应该有 Tag（用户自己来定义的信息分类/分众标签）、RSS（提供信息聚合功能）；

（二）网站内容应该至少有 80% 来自“用户原创内容”（User Generated Content, UGC），即此网站的内容和信息 80% 以上在于用户参与和用户主动的提供而不是通过大量转载和链接；另外有少于 20% 或者更多的内容是由网站编辑人员来控制 and 发布的；

（三）网站管理者对其内容很少进行强制性的发布，而是在平台搭建完成后，对 UGC 的内容信息进行引导并促使其发生转变。可以理解为网站管理者搭建一个戏台，而唱戏的内容是由在戏台上参与唱戏的人决定的；

（四）其推广和传播模式，均会以用户间的相互传播为主，其产品使用过程中，也会鼓励使用者进行用户群体之间的传播；其主要产品之间的相互关联性会及其重要，产品的黏性也要足够大；

（五）网站的主要盈利模式，应该是基于以上 UGC 内容及信息大量聚合后所释放的能量而进行的，无论是在线的广告业务、SP 的增值业务还是其他收费模式，都需要这个平台上用户信息的引爆。¹

Web 2.0 阶段的传播

Web 2.0 最重要的特点就是以用户为中心，充分激发用户的主动性，发挥用户的原创能力，形成网上网下的真正互动。

Web 2.0 阶段同时是网络社会化、大众化的新阶段。它不仅推动了互联网传播方式的变革，而且促成了互联网新的应用模式的建立。Web 2.0 的本质是“参与式的架构”，这个架构的目的，在于创造个人化与社会化的正向循环。从个人化的角度来看，Web 2.0 的目的就在于提供许多创作的管道，降低使用者创作的门槛，从而为信息的积累和传播的爆炸奠定了最根本的基础。于是，互联网上“一人一媒体”及“所有人向所有人的传播”变得更加容易简便，使“草根媒体”、“公民新闻”等概念成为更加可行的现实。在 Web 2.0 时代，听到最多的是公民、民间、草根等表述。如“大旗网的定位是民间智慧、民间爆料、民间身影、民间喜怒哀乐的东西。之所以有生命力，就是因为它来自民间，就跟我们的绿色 LOGO 一样，代表草根，代表民间力量。希望它就像丰茂的野草一样，生机勃勃。”²

1 李虎，《究竟什么网站是一个 WEB 2.0 网站？》。<http://it.sohu.com/20060331/n242580381.shtml>

2 范胜军，《网上的“读者文摘”》。<http://www.enet.com.cn/article/2006/0710/A20060710128678.shtml>



美国新闻学会（The American Press Institute）的媒体中心（Media Center）于 2003 年 7 月出版了由谢因·波曼（Shayne Bowman）与克里斯·威理斯（Chris Willis）联合提出的“**We Media**”研究报告，他们指出：由于博客等机制风起云涌，许多科技娴熟（**Tech-Savvy**）的阅听人，已经迫不及待却又自然而然地参与了新闻对话（**Conversation**），而成为整个新闻产制流程中重要且有影响力的一环，“**We Media**”将是未来重要的媒体形态。以往媒体机构由上至下传播新闻给阅听人的“广播”（**Broadcast**）模式，已经开始演变为新闻传播人与阅听人随时改变角色的点对点（**Peer to Peer**）传播模式，称之为“互播”（**Intercast**）¹。

Web 2.0 为在互联网上建构一个人人可以当记者编辑，人人可以自办媒体的公民新闻时代提供了必要的基础，它能够汇集集体的智慧来补充、监督、抗衡传统大众媒体，能够提供弱势族群所需要的传播服务。**Web 2.0** 使以下趋势或现象得到加强：新闻传播由互联网主导、带动，及它首先在互联网上刊出、播放，随即受到网民的广泛注意、讨论和浏览，传统新闻媒体在开始报道这宗新闻或热点问题之前，早已成为社会大众关注的焦点，而传统新闻媒体则处于后知后觉的地位。在香港“巴士阿叔”事件²发生后，有学者指出：“‘巴士阿叔’是一个由互联网主导、带动的新闻现象（an Internet-led and Internet-driven news phenomenon）。它首先在互联网上播放，随即受到网民的广泛注意、讨论和浏览。的确，远在后知后觉的传统新闻媒体（包括报章、杂志、电台和电视）开始报道这宗新闻之前，“巴士阿叔”其实早已成为社会大众关注的焦点。这再次证明，作为捕捉新闻、发掘新闻人物的来源（**News Source**），全面开放、有容乃大的互联网，在主动性与敏感度两方面皆远胜传统、保守并附属于社会建制的主流新闻媒体。”“‘巴士阿叔’的新闻现象，标志着‘生产新闻（**The Manufacturing of News**）’的一个范式转移。可以预期，日后互联网作为原始新闻（**Raw News**）的来源的地位会更加巩固，而传统新闻媒体将集中生产和处理经过包装的新

1 <http://www.hypergene.net/wemedia/weblog.php>

2 香港“巴士阿叔”事件：2006 年 4 月 27 日晚上约 11 时，一辆 68X 号巴士如常从佐敦开往元朗市，少年 Elvis（何锐熙）打电话时不满坐在前排的中年男子（陈乙东），打手机交谈声量过大，轻拍对方肩膀，示意他将声量放轻，但中年男子反应激烈，转过身来高声斥骂少年。此时旁边乘客 Jon 用手机暗中将全过程拍下，后上传至 YouTube 网站。该视频在不到一个月的时间内，总收看次数便超过 700 万次，并衍生出多个版本。此事很快成为香港社会的一个轰动性事件，巴士阿叔口头禅“未解决”、“我有压力，你有压力，你做乜挑衅我呀？”吸引港人仿效。不仅香港报刊、广播、电视媒体大加报道外，连国际媒体如美联社、《纽约时报》、《华尔街日报》、英国《卫报》、乃至泰国、南非、阿联酋的报章亦纷纷报道。

闻 (Packaged News)。”¹

受“草根媒体”、“公民新闻”概念的影响及唾手可得的技术手段，中国进入 Web 2.0 阶段后，信息的传播确实出现了不少令人眼花缭乱的现象。有暴露自己隐私的，有揭露他人隐私的，有在评论或自己的作品中嘲讽时政抨击时政的，有利用照片、音频、视频数字合成手段进行“恶搞”的，有将自己的裸照、半裸照公诸于众的，更有大胆出位的将自己做爱的录音发布在播客中的，等等。“对博客行为动机的分析发现，博客正被越来越多的作者用来传播个人观点，博客作为自媒体的属性越来越明显。”²这些都对主流文化、主流价值观产生了解构的作用。

从媒体的角度看，网络媒体显然要利用自己充满活力的平台向新闻领域进军，这是其本性的展现。如博客中国网站（2005 年改称“博客网”）在具有一定影响力后，自然决心向新闻领域进军，以获取更大的影响力。2005 年 2 月 18 日，博客中国率先刊发了“盛大控股新浪 20% 股份”的消息。此后多日，网站以此大做文章，一再声称“盛大新浪事件，见证了博客的价值，博客在中国第一次成为主流媒体的信息源，第一次跻身主流”，此事“证明了博客中国在这场新闻大战中，不光占据了先锋，而且以自己独特的信息披露手段，为中国一贯抢新闻的网站上了一课。”“博客网站以思想深度为特点，但在未来发展的岁月中，博客网站还将以信息的真实和披露快捷获得更多人的青睐。博客中国作为全球第一博客门户，他的存在，就是要更好地打通信息的流入和流出之间的渠道，让信息更快捷，让新闻更可信，让分析更到位。”³

2005 年 3 月，中国国内反对日本“入常”进入高潮，“博客中国”在这样一个敏感事件和敏感时间上，“博客中国”于 3 月 28 日以“博客论坛”的名义电话采访了日本外务省国际新闻官千叶明，随后即在首页最突出位置刊出，显然是试图做更大的突破。编者按称：“最近一段时间以来，日本‘入常’问题引起广大网民们的普遍关注。据说网上签名反对日本‘入常’的网民数已突破 1000 万。在这股汹涌澎湃的浪潮中，博客论坛认为，让广大网友们听到另一方——日本方面的观点是必要的。偏听则暗，兼听则明。只有在各方的声音都有表达机会的前提下，我们才能得出一个

1 林沛理，《香港“巴士阿叔”事件：互联网领导传统媒体》。www.dwnnews.com

2 CNNIC，《2006 年中国博客调查》。

3 康国平，《盛大收购新浪的消息，为何博客中国夺得第一》，2005 年 2 月 19 日。http://tech.blogchina.com/158/2005-02-19/31098.html



比较公正的看法和观点。”¹

按照中国对互联网新闻传播的管理法规，网络媒体没有独立的采访权，因此像这类涉及中日两国关系的重大事件，不要说博客网站没有采访权，门户网站没有采访权，即使是人民网、新华网这类重点新闻网站今天也没有独立的采访权。

因此，尽管 Web 2.0 给互联网带来了众多的传播新景观，但必须看到，当下中国的传播环境亦对利用 Web 2.0 形态进行新闻传播起着制约作用。也就是说，在个别事件上，某些网站、博客及其他表现形态可能会出现“爆料”及打“擦边球”评论的情况，但总体上，中国不可能出现 OhMyNew（韩国最有影响力的新闻媒体之一，成立于 2000 年）式的公民新闻网站，也不可能出现 DrudgeReport（美国“德拉吉报道”）式的个人新闻网站或新闻博客。

Web 2.0 阶段的管理

联合国秘书长安南在 2006 年 5 月 3 日“世界新闻自由日”发表的致辞中指出：“我们周围信息无所不在。随着所谓新媒体、新技术和新的内容传发途径的扩散，信息的获取已经容易多了。信息也日益多样。比如，博客等“参与式媒体”正成为主流媒体报道的补充。”²

Web 2.0 带来的是互联网个人信息节点呈爆炸态陡然增长；个人制作、发布信息轻而易举；传播的内容更加五花八门；音频、视频等多媒体信息越来越多；传播采用的 P2P 等技术打破了以往中心传播的模式……这些都为互联网管理带来新的挑战。在国内，博客披露他人隐私、对他人进行诽谤攻击、自我“身体写作”等事件不断发生，个人“恶搞”视频作品传播等现象也成为不少人的时尚，这些都已引起社会的关注及热烈讨论。

博客是 Web 2.0 最主要的表现形态，由其引发的管理问题也最显著。2006 年，“博

¹ 《来自日本的声音——日本外务省国际新闻官千叶明接受博客中国独家专访》。<http://bbs.blogchina.com/p632769.html>

² <http://www.un.org/chinese/aboutun/sg/pages/messages.html>

客第一案”¹和“博客告博客案”²已先后宣判，为今后博客管理提供了可供借鉴的案例。

“博客第一案”主要涉及博客服务商（BSP）的监管责任问题。此案原告陈堂发称，“网站传播在拥有相当权利的同时，必须承担相应义务，否则就是特权。删除侮辱别人人格的帖子，是网站的义务之一。网管应该删而没有删，这是法律上的‘过失’。”他进行这场诉讼有三个目的。其一，用法律维护人格尊严，必须删帖；其二，借此唤起其他遭网络侵权者的维权意识；其三，希望博客回归理性。此案判决后，社会反映大多是正面的。一些法律界人士指出：“由于博客兼具公共属性和私人属性，使得博客作者误认为在博客内发表的内容无法进入公众视野，发表言论带随意性，很容易对他人隐私权或荣誉权构成侵犯。还有一种情形，就是博客作者深知博客兼

-
- 1 博客第一案：南京大学新闻传播学院副教授陈堂发于 2005 年 9 月上旬的一个晚上，发现在中国博客网一个博客日志中，自己被博客主人“k007”进行了指名道姓的辱骂，诸如“猥琐人”、“流氓”、“烂人烂教材”等。陈堂发当即与总部设在浙江省杭州市的中国博客网进行了联系，表示希望网站能够马上删掉这篇日志。网站声称，他必须提供书面证明及身份证件，以证实那篇博客日志中侵害的人就是他，否则不能删帖。2005 年 11 月 2 日，陈堂发向南京市鼓楼区人民法院递交了诉状，请求判令被告中国博客网停止侵权，赔偿精神抚慰金 1 万元。2006 年 8 月 2 日，南京市鼓楼区法院公开宣判此案。法院认为，《全国人大常委会关于维护互联网安全的决定》第 7 条规定：从事互联网业务的单位发现互联网上出现违法犯罪行为和有害信息时，要采取措施，停止传输有害信息，并及时向有关机关报告。因此网站承担有监督控制、停止传输有害信息的法定义务。而网民在网络中承担的法定义务与现实生活中并无区别，任何人不得利用博客侵犯他人合法权益。在《烂人烂教材》这篇博客日志中，作者 k007 用“猥琐人”、“流氓”等词语评价原告，而这些评价在通常人看来明显具有侮辱性质，故《烂人烂教材》因存在侮辱原告的内容面而构成有害信息。法院认为，原告于 2005 年 10 月 24 日电话通知被告删除信息，可以认定被告此时已经发现有害信息，其应当在合理的时间内采取措施停止有害的传播。但是网站要求陈提供身份证明而不采取任何措施，未尽到“善良管理人”的注意义务，应承担相应的法律责任。法院判决：被告自判决生效起 5 日内，在中国博客网首页向原告刊登致歉声明并保留 10 日；赔偿原告经济损失 1000 元。
 - 2 博客告博客案：原告沈阳发现从 2005 年 6 月 29 日到 2006 年 1 月 15 日，一位名为“秦尘”的网友在其博客专栏中发表了很多贬低他人人格的文章，于是他在 2005 年底曾要求博客中国网站删除相关帖文，但后来发现这些文章始终未能彻底清除，在双方纠纷得不到有效解决的情况下，沈阳将“秦尘”（实名张明，系扬州大学社会发展学院历史系 2002 级学生）向法院提起诉讼，请求法院判令被告立即停止侵权、消除侵权影响、公开赔礼道歉并赔偿精神损失费 1 万元。2006 年 3 月 3 日，此案由北京海淀区人民法院受理。2006 年 8 月 7 日，海淀法院首次开庭，因被告张明未到，临时宣布取消开庭。2006 年 9 月 11 日，海淀区人民法院开庭做出判决，原告沈阳胜诉，被告张明在博客网博客专栏内刊登向沈阳的致歉声明，并赔偿沈阳公证费 1010 元。



具公共属性和私人属性，却进行滥用，他们故意在博客泄露他人隐私或贬损他人名誉。一旦发生侵权情形，他们辩称只是私人日记。这起第一例出台司法判决的博客纠纷案丰富了我们的司法审判实践，用判决的形式界定了博客的言论界限以及博客服务商的监管职责，使得以名誉权为代表的私权在互联网的虚拟世界中获得了法律保护。”¹

2005 年 9 月 25 日，国务院新闻办公室与信息产业部联合发布了《互联网新闻信息服务管理规定》，这是适应互联网的新变化对 2000 年 11 月 7 日发布的《互联网站从事登载新闻业务管理暂行规定》进行修改和补充后的正式规定。然而，就在 2005 年之后，Web 2.0 的兴起，又带来了种种新问题。因此，今年国内出现了博客管理是否需要制定专门法规以及是否需要推行博客实名制的讨论，也出现了是否要对网上恶搞视频出台管理规定的争论。

对政府管理部门来说，Web 2.0 阶段面临的新难题是内容的数量规模空前庞大，表现的形态多种多样，对音视频内容很难一听了然、一目了然。

对网站来说，尽管均十分清楚政府对互联网管理的“底线”，这就是在内容方面不得制作、复制、发布、传播的九条法律规定²，但由于赢利的压力（当然也有信息量大、注册用户多带来的监管难度，以及编辑处理意识等多方面原因），往往会有“越轨”情况发生。

对网民来说，往往更注重的是自己进行自由表达的权力，而较少考虑自己的责任和义务。

可见伴随 Web 2.0 新技术、新应用带来的新变化，政府、网站、网民三者间的关系亦变得更加微妙。政府面临着“如何管理”的难题，网站面临着“如何赢利”的压力，网民面临着“如何表达”的选择。截至本文截稿时，有关是否实行博客实名制的讨论正激烈的展开。起因是媒体报道信息产业部已委托中国互联网协会下属的博客研究组开展博客实名制的研究，有的媒体更明确称“中国互联网协会证实，博

1 李俊慧，《私权在虚拟世界获保护——评“博客第一案”》。<http://auto.daqi.com/bbs/05/95121060.html>

2 中国颁布的互联网法规中明确规定，互联网信息服务提供者不得制作、复制、发布、传播含有下列内容的信息：（一）反对宪法所确定的基本原则的；（二）危害国家安全，泄露国家秘密，颠覆国家政权，破坏国家统一的；（三）损害国家荣誉和利益的；（四）煽动民族仇恨、民族歧视，破坏民族团结的；（五）破坏国家宗教政策，宣扬邪教和封建迷信的；（六）散布谣言，扰乱社会秩序，破坏社会稳定的；（七）散布淫秽、色情、赌博、暴力、凶杀、恐怖或者教唆犯罪的；（八）侮辱或者诽谤他人，侵害他人合法权益的；（九）含有法律、行政法规禁止的其他内容的。

客推行实名制已成定局”¹。中国互联网协会网站亦刊发了 10 月 13 日博客研究组就实名制展开讨论的议题，包括实名制管理的适用范围；各方的权利和义务；登记身份信息的内容；登记真实、准确身份信息的保障措施；管理中可能遇到的问题；实施的时间安排等。从博客服务商（BSP）和博客的反应来看，持反对、质疑的声浪甚高。

发展与管理始终是一对矛盾。Web 2.0 是传播的新阶段，也是管理的新阶段，在这样一个阶段，政府、网站、网民之间也必然展开新一轮的博弈。

本文提交于 2006 年 12 月 15 日至 17 日在香港举办的 2006 中国网络传播学会暨香港浸会大学“数码传播与社会转型”国际研讨会，主题为“数码传播与社会转型：中华社会及其他地区之经验”。

1 《华夏时报》，2006 年 10 月 20 日。

2006 年

大兴文明办网、文明上网之风

大兴文明办网、文明上网之风，不仅成为 2006 年中国网络媒体和网络传播的主旋律，而且成为今后对网站承担社会责任的长期要求，成为呼吁网民提升媒介素养的一个长期响亮的口号。

传播环境——大兴文明办网、文明上网之风

2006 年 4 月 3 日，中共中央政治局常委李长春在北京考察期间，到千龙网和北京互联网宣传管理办公室了解互联网等新兴媒体的发展情况。他指出，互联网对人们精神文化生活的影 响越来越大，是社会主义精神文明建设的重要阵地。要按照树立社会主义荣辱观的要求，积极倡导文明办网、文明上网，净化网络环境，抵制不文明行为，形成健康向上的网络文明新风。

4 月 9 日，北京千龙网等 14 家网站联合向全国互联网界发出文明办网倡议书，倡议互联网界文明办网，把互联网站建设成为传播先进文化的阵地、虚拟社区的和谐家园。

这一倡议立刻得到全国业界的响应，网站对传播内容纷纷进行自查自纠，网民对有害信息进行举报，管理部门对一批违法违规的网站进行了教育、处罚。同时在建立和加强长效机制方面也进行了多方面努力，如对网站编辑人员进行培训、建立网络监督义务志愿者队伍、成立网络新闻信息评议会等。

2006 年是红军长征胜利 70 周年，为对网站高管人员进行一次革命传统教育以及国情教育，8 月 25 日至 31 日，北京市互联网宣传管理办公室、贵州省人民政府新闻

办公室联合主办了“2006 北京网络媒体红色故土行——追寻长征足迹，穿行多彩贵州”活动。这是继 2004 年井冈山行、2005 延安行之后举办的系列活动之三。参加活动的有北京 20 家最具传播实力的网络媒体及贵州 3 家主要网络媒体的 CEO、总裁、总编辑、总经理等。8 月 30 日，全体人员到达遵义后，当晚举行长征精神与网络传播研讨会，会上一致通过了《北京网络媒体遵义宣言》，提出了“六个坚持”和“六个服务”。这是中国网络媒体首次以宣言的形式，宣示自己的社会责任。

2006 年 10 月 11 日，中国共产党第十六届中央委员会第六次全体会议通过了《中共中央关于构建社会主义和谐社会若干重大问题的决定》。在第五部分《建设和谐文化，巩固社会和谐的思想道德基础》的第三节中指出：“加强对互联网等的应用和管理，理顺管理体制，倡导文明办网、文明上网，使各类新兴媒体成为促进社会和谐的重要阵地。”

11 月 30 日，第六届中国网络媒体论坛（由中央重点新闻网站之一的英文《中国日报》网站承办）在昆明举行。国务院新闻办公室副主任蔡名照到会就构建和谐网络发表了重要讲话。他指出：“网络媒体要大力推进与社会主义和谐社会要求相适应的和谐网络建设，使广大网民共享和谐网络、和谐文化，团结和激励广大网民积极投身社会主义和谐社会建设。”

以和谐网络推进和谐社会构建无疑将是中国网络媒体今后一段时期的主要任务。

传播主力——新闻网站加快建设，门户网站能量扩展

（一）新闻网站加快建设

（1）“十一五”规划定出发展目标

今年是实施“十一五”规划的第一年。国家“十一五”时期文化发展规划纲要的第四部分为《新闻事业》，其中包括（十三）推进新闻媒体建设；（十四）加大对重点新闻媒体的扶持力度；（十五）办好新闻网站；（十六）发展新兴传播载体。《规划》明确提出要加快建设一批综合实力强、在国内外有广泛影响的新闻网站，形成若干个与我国地位相称的、具有较强国际竞争力和影响力的综合型网络媒体集团，争取其中一到两家重点新闻网站进入世界前列；要拓展即时通信、博客、播客、聚合新闻服务等业务领域，实现多渠道、全方位新闻信息发布的技术调整和业务整合，



提升技术应用水平和业务保障能力；要发展手机网站、手机报刊、IP 电视、移动数字电视、网络广播、网络电视等新兴传播载体，丰富内容，创立品牌，不断提高市场占有率；要完善地方互联网新闻事业发展格局。

（2）新闻网站建设

2006 年新年伊始，中共中央总书记、国家主席、中央军委主席胡锦涛于 1 月 3 日上午来到解放军报社考察，在听取了报社负责同志的工作汇报后，胡锦涛兴致勃勃地来到创办已经 6 年的中国军网，一边动手操作浏览，一边询问有关情况。这是迄今为止党和国家最高领导人首次对一家网站进行视察，显示出党中央对网络媒体发展的关怀。

中央重点新闻网站的作用在 2006 年得到突显，最有代表性的事例是政府网与党网的开通：由新华网承建的中央政府门户网站于 1 月 1 日正式开通，这是 2005 年 12 月 28 日温家宝总理主持召开的国务院常务会议的决定。7 月 1 日，人民网“中国共产党新闻”栏目新版推出，在规模上实际已成为相对独立的“党网”。为完善多语种的党的宣传体系，新版除中文简体、繁体外，还同时推出英文版和藏文版，还将陆续开设蒙、维吾尔、哈萨克、朝鲜等少数民族语言版本，以及法、日、俄、西班牙、阿拉伯文等外文版本。

为了集中资源，将本地的网络媒体做大做强，一些地方新闻网站进行了格局调整。继 2004 年浙江在线与中国浙江网整合、2005 年北青传媒控股千龙网后，一些省级重点新闻网站在今年陆续进行重组，如安徽中安网与安徽日报社的中安在线合并，广西桂龙网与新桂网合二为一新组“广西新闻网”，河南报业网与大河网合并，湖南红网被省出版集团和潇湘晨报并购，等等。一些省级重点新闻网站之所以被整合，在一定程度上都与可持续运转问题密切相关，由于它们建立后，既缺乏内容资源，也缺乏资金资源。这一变化表明互联网市场有其基本的运作规律，网络媒体的发展必须遵循之。

11 月 12 至 14 日，中共河南省委宣传部、河南日报报业集团在郑州、登封举办了第二届“嵩山论剑”——中国网络媒体高峰论坛，主题为“网络媒体·中部崛起·和谐社会”。11 月 28 日，中国西部网络媒体高峰论坛在成都举办，主题为“资源·创意·合作”。这两个论坛围绕网络媒体在中部崛起、西部开发中的地位、作用以及地方网络媒体如何做大做强进行了深入探讨。

在 5 月公布的《全国报业出版业“十一五”发展纲要》中，明确提出了“数字报业”的发展战略。今年各报纸媒体网站在开发以 PDF 版为基础的电子报、以 e-Book

阅读器为基础的电子报、以彩信功能为基础的手机报等领域，表现出更高的积极性和探索性。在广播电视领域，继 2005 年 4 月上海文广新闻传媒集团获得第一张 IPTV 等全业务的牌照后，2006 年内中央电视台亦取得此牌照。中央电视台、中国国际广播电台、中央人民广播电台则取得开展手机电视业务的牌照。南方广播影视传媒集团则取得省内开展 IPTV 等全业务的牌照。以上这些机构都在积极重组大力推进各类数字新媒体业务。

（3）对优秀网络新闻的鼓励机制

中国新闻奖是中华全国新闻工作者协会主办的全国优秀新闻作品年度最高奖。从 2006 年（第 16 届）起，首次将网络媒体的优秀新闻作品纳入中国新闻奖的评奖范围。本次网络新闻参评资格是经国务院新闻办公室批准的由新闻单位设立的具有登载新闻业务资质的新闻网站（不含网络版、电子版）登载的新闻作品。奖项共分三类：① 网络新闻评论；② 网络新闻专题；③ 网络新闻专栏。参评作品共件。经过初评、定评，共有 13 件作品获奖，其中获一等奖 3 件：新闻评论《我们怎样表达爱国热情》（人民网）、新闻专题《网民感动总理 总理感动网民——总理记者招待会网上答问》（新华网）、新闻专栏“焦点网谈”（河南大河网）。这次评奖具有以下意义：① 网络媒体已成为我国重要传媒形态的地位进一步得到确立；② 网络媒体从业人员创造性的劳动及成绩得到肯定；③ 对网络媒体多出人才、多出精品起到激励作用。

（二）门户网站能量扩展

如今，每当有重大事件发生，从互联网上获取新闻及信息往往已成为人们的首选。如 2006 年德国世界杯比赛，两家市场咨询公司 MindShare 和 Pulse Group 赛前对亚太区的受众调查显示，84% 的中国球迷表示将通过互联网体育网站来获得世界杯的赛况消息，另有 32% 的中国球迷表示，他们将会用手机及时了解世界杯比赛比分等情况。

门户网站这类报道的能量及影响历来是巨大的，2006 年世界杯期间再次得到充分展现。Nielsen//NetRatings 中国调查机构对世界杯期间网络访问的全程监测报告显示，随着世界杯的开始，国内主要世界杯专题站点（新浪、网易、QQ、新传、东方宽频）的总体访问量节节上升，并在 6 月 28 日出现了第一个高峰（当天法国 3：1 淘汰西班牙，世界杯八强全部产生），单天独立访问者人数达 1100 万。停赛期间虽有所下滑，但在决赛当天引来了第二个也是最高的一次访问人潮，独立访问人数接近 1200 万。截至 7 月 16 日，世界杯频道的累积独立访问者人数已达 5768 万。新浪的统计显示，截至 6 月 30 日，共有 25 万博客在新浪网上发表了 110 万篇文章，与世界



杯相关的网民发帖量达到 230 万篇，累计有 4000 多万人次的独立访问者访问了新浪世界杯相关页面，这意味着约有四成中国网民选择阅读新浪的世界杯报道。

中国门户网站具有的报道能量，也令国际体育组织刮目相看。2006 年 2 月都灵冬奥会举办时，新浪网拿到了中国互联网的第一张奥运会采访证。而在今年德国世界杯举办时，新浪拿到了 5 张采访证，搜狐拿到了 7 张采访证。这是中国互联网站成长壮大中的又一标志性事件。

传播态势——Web 2.0 形态各展异彩，影响与日俱增

（一）博客等 Web 2.0 应用发展迅速

从互联网的发展看，技术引领、应用推广是最重要的动力，2006 年内 Web 2.0 传播形态得到更蓬勃的发展。

博客被视为 Web 2.0 最主要的表现形态。2006 年 9 月，CNNIC 发布的《2006 年中国博客调查》显示，2002 年以来，博客的数量在中国增长了 30 多倍，截至 2006 年 8 月底，网民注册的博客空间超过 3374.7 万，成为互联网最大的热点应用之一。博客数量达到 1748.5 万，其中活跃博客为 769.4 万（指平均一个月至少更新一次），博客读者达到 7556.5 万。网易继新浪、搜狐 2005 年推出博客服务后，于今年 9 月加入这一行列。人民网、中国网、中经网、中国日报网等不少中央及地方重点新闻网站亦在今年推出博客服务。不仅精英、名人开博客，广大普通网民（所谓“草根”）开博客，连一些政协委员、人大代表，乃至政府官员也开博客。

有人指出进入 2006 年播客的发展进入井喷期。菠萝网 2006 年 8 月的调查显示，中文播客数量在过去三个月内翻了近两番，播客节目数量更是增长了将近三倍多。国际在线、中国广播网等新闻网站也已提供播客服务。受美国 YouTube 网站成功模式的影响，国内亦出现相当数量的视频共享（分享）网站。

在互动多媒体网络杂志方面，如 Xplus、ZCOM、POCO 等发行平台在市场上已有不俗表现，不少网络杂志已拥有数量可观的读者群，甚至建立了自己的品牌，如《WO》、《ME》每期发行量已达 30 万份以上。

基于 Web 2.0 概念的新型虚拟社区，是目前受到年轻人追捧的网站形态之一。如千橡互动集团旗下的猫扑网，目前注册用户已达 2400 万。

在搜索聚合领域，奇虎、大旗是领军的网站。由湖南日报报业集团主办，大旗

网提供技术支持的新闻聚合门户“华声在线”也在今年9月开通。

Web 2.0 的本质是“参与式的架构”，最重要的特点就是以用户为中心，充分激发用户的主动性，发挥用户的原创能力，并真正形成网上网下的互动。如大旗网博客在5月发起的救助湖南病危儿童小冬香的活动，便是网上网下互动的一个典型事例。实际上，由网上延伸到网下的救助、公益、联谊等活动非常之多，在社会上产生了积极的作用。

Web 2.0 在 2006 年的火爆，与各类网站的推广活动是分不开的，如博客网于4月29日在杭州举办的首届博客节便是这类活动的代表作。Web 2.0 在 2006 年的火爆，也与各类新闻媒体的广泛报道分不开，不可否认的是，“网闻”已成为今天媒体大做文章的重要来源。不少 Web 2.0 网站在获得风险投资后，规模陡然扩张，但同时面临着赢利的巨大压力。

（二）博客给传播格局带来新的挑战

Web 2.0 大大降低了个人利用互联网进行传播的门槛，于是“一人一媒体”及“所有人向所有人的传播”变得容易简便，使“草根媒体”、“公民记者”等概念成为现实。在 Web 2.0 时代，听到最多的是公民、民间、草根等表述。如大旗网对自己定位的表述是“民间智慧、民间爆料、民间身影、民间喜怒哀乐。我们之所以有生命力，就是因为它来自民间，就跟我们的绿色 LOGO 一样，代表草根，代表民间力量。希望它就像丰茂的野草一样，生机勃勃。”

受“草根媒体”、“公民新闻”概念的影响及唾手可得的技术手段，中国进入 Web 2.0 阶段后，信息的传播确实出现了不少令人眼花缭乱的现象。有暴露自己隐私的，有揭露他人隐私的，有在评论或自己的作品中中嘲讽时政抨击时政的，有利用照片、音频、视频数字合成手段进行“恶搞”的，有将自己的裸照、半裸照公诸于众的，更有大胆出位的将自己做爱的录音发布在播客中的，不一而足。对博客行为动机的分析发现，博客正被越来越多的网民用来爆料或进行个人意见、观点的表达，博客作为自媒体的属性越明显，对主流文化、主流价值观产生的解构作用也就越大。



传播管理——政府、网站、网民之间的关系将随着互联网发展而调适

（一）政府阐明管理必要性

2006 年，中国政府再次向国际社会阐明了对互联网发展与管理的方针。2 月 14 日，国务院新闻办公室举行新闻发布会，这是主管部门首次举办这样的新闻发布会，网络新闻宣传管理局领导到会向中外记者阐明了中国互联网管理方针。3 月 14 日，温家宝总理在第十届全国人民代表大会第四次会议闭幕后的记者招待会上，在回答美国全国广播公司记者提问时，再次阐明了中国政府对于发展互联网与管理互联网的基本立场。他指出，中国的互联网一直保持着很快的发展，现在的网民已经超过一亿了。中国政府支持互联网的发展和广泛的应用。他指出，按照《宪法》的规定，每一个公民都有利用互联网的权利和自由。但是同时每一个公民又要自觉地遵守法律和秩序，维护国家的、社会的和集体的利益。中国对互联网实行依法管理，同时我们也倡导互联网业界行业自律，实行自我管理。中国对互联网管理的做法是国际通行的做法，我们非常重视吸收国际上有关互联网的管理经验。他还指出，网站要传播正确的信息，不要误导群众，更不能对社会秩序造成不良的影响。这些规范作为职业道德，应该得到遵守。互联网的发展与管理是相辅相成的。在中共十六届六中全会决议中，首次对互联网管理提出要“理顺管理体制”，这表明以往不适应互联网发展的分散管理、多头管理的体制将发生变化。

（二）引起激辩的四个关键词

Web 2.0 带来的是互联网个人信息节点呈爆炸态增长；个人制作、发布信息轻而易举；传播的内容更加五花八门；音频、视频等多媒体信息越来越多；传播采用的 P2P 等技术打破了以往中心传播的模式……，由此也产生了各种各样的新问题。以下四个关键词，便集中反映了 2006 年内网络传播的突出状况。

（1）网络暴民

由 2 月的“踩猫事件”、3 月的“韩白论战”、4 月的“铜须事件”而产生的一个词汇，一时间国内外媒体纷纷在报道、解读这些事件时加以使用，如 4 月 17 日出版的《三联生活周刊》，封面文章便是《网络暴民》，对这一现象进行了报道分析。在踩猫、铜须等事件中，网民还通常采用“网络通缉令”的方法把当事人在现实生活

中的真实面目揭露出来，形成了巨大的威慑力，与此同时，有关互联网为恶为善的讨论也达到白热化程度。

（2）恶搞

2月，胡戈创作的视频片《一个馒头引发的血案》，对著名导演陈凯歌导演的影片《无极》进行讽刺挖苦，在表现形式上达到登峰造极的地步。实际上利用数字技术进行图片、音频、视频的二度创作并形成“恶搞”的效果胡戈并非第一人，但《馒头》在2006年网络传播中造成的影响是前所未有的。然而，“恶搞”的对象后来发展到红色经典影视作品，最典型的事例是4月中央电视台举办青年歌手大赛前，有人用《闪闪的红星》等影片为素材进行“恶搞”，在社会上招致强烈的批评，并引发对“恶搞”进行治理的讨论。

（3）公示丑恶

11月，张钰的“性交易录像”及饶颖的“白描”性虐待日记几乎同时在网上曝光，立刻成为网上焦点。如张钰的录像带在优酷网站刊发后，2~3天内便有836万人次浏览，相关评论达到7000多条。围绕这两个事件，网上叫好者有之，网上批判者也有之，从道德层面论说者有之，从法律层面论说者也有之。不少网民对于提供张钰、饶颖进行信息广泛传播的网站，尤其是对网站出于商业利益而使用的操作、炒作手法，也一针见血地进行了剖析。网上信息传播有没有底线，要不要底线，以上两个事件再一次向社会提出了这一问题。

（4）博客实名制

10月，有媒体报道，信息产业部已委托中国互联网协会下属的博客研究组开展博客实名制的研究，有媒体更明确称“中国互联网协会证实，博客推行实名制已成定局”¹。中国互联网协会网站亦刊发了10月13日博客研究组就实名制展开讨论的议题，包括实名制管理的适用范围；各方的权利和义务；登记身份信息的内容；登记真实、准确身份信息的保障措施；管理中可能遇到的问题；实施的时间安排等。这一消息立刻引起网上热烈的讨论。从博客服务商（BSP）和众多博客的反应来看，持反对、质疑的声浪甚高。

伴随Web 2.0新技术、新应用带来的新变化，政府面临着“如何管理”的难题，网站面临着“如何赢利”的压力，网民面临着“如何表达”的选择。总之，三者间的关系必然随着互联网的新发展而进一步调适。而业界关注的“博客第一案”和“博

¹ 《华夏时报》，2006年10月20日。



客告博客案”已先后于 8 月 2 日、9 月 11 日宣判，为今后博客管理提供了可供借鉴的案例。

2006 年中国网络媒体与网络传播十大事件

- 1 月 3 日，中共中央总书记、国家主席、中央军委主席胡锦涛考察中国军网。
- 4 月 3 日，中共中央政治局常委李长春在北京考察期间指出，要按照树立社会主义荣辱观的要求，积极倡导文明办网、文明上网。
- 1 月 1 日，新华网承建的中央政府门户网站“中国政府网”正式开通。
- 7 月 1 日，人民网承建的“中国共产党新闻”正式推出。
- 中国新闻奖从 2006 年（第 16 届）起，首次将网络媒体的优秀新闻作品纳入评奖范围，共设网络新闻评论、网络新闻专题、网络新闻专栏三个奖项。
- 2 月，都灵冬奥会举办期间，新浪网取到中国网络媒体的第一张奥运会采访证。
- 4 月 29 日，博客网在杭州举办首届博客节。
- 2 月，“踩猫事件”引发网友首次大规模人肉搜索。
- 2 月，胡戈创作的视频片《一个馒头引发的血案》引起广泛传播和讨论。
- 8 月 2 日，“博客第一案”宣判。

附：中国新闻奖网络新闻奖获奖情况（2006—2014 年）

2006 年（第 16 届）一等奖 3 件

评论：《我们怎样表达爱国热情》（人民网）

专题：《网民感动总理 总理感动网民——总理记者招待会网上答问》（新华网）

专栏：《焦点网谈》（大河网）

2007 年（第 17 届）一等奖 3 件

评论：《网上“恶搞”有悖和谐理念》（光明网）

专题：《“落实科学发展观”大型主题宣传报道专题》（中国广播网）

专栏：《红辣椒评论》（红网）

2008 年（第 18 届）一等奖 5 件

评论：《网络评论谁代表网友给小慧的后妈道歉？》（荆楚网）

专题：《中国共产党第十七次全国代表大会》（人民网）、《青年中日友好的未来——中日网络冬季对话》（国际在线）

直播：《新华直播》（新华网）

专栏：《百姓呼声》（红网）

2009年（第19届）一等奖7件

评论：《国际金融危机暴露美式经济弊端》（中国经济网）

专题：《中国军队大救援》（中国军网）、《“生态文明”舞动鄱阳湖》（大江网）

访谈：《胡锦涛总书记同人民网强国论坛网友在线交流》（人民网）

专栏：《地方领导留言板》（人民网）、《网上民声》（胶东在线）

网页设计：《改革开放30年——中国志》（红网）

2010年（第20届）一等奖5件

评论：《Piercing through Rebiya's veil（揭开热比娅的面纱）》（中国日报网）

专题：《国庆大阅兵》（中国军网）

直播：《温家宝总理与网民在线交流》（新华网）

专栏：《网络问政平台》（奥一网）

网页设计：《中国一日》（大众网）

2011年（第21届）一等奖5件

评论：《依法理性表达爱国热情》（人民网）

专题：《“嫦娥二号”探月全景报道》（人民网）

专栏：《对话》（中国宁波网）、《E政广场》（人民网）

网页设计：《生死抉择 惊天一坠》（大众网）

2012年（第22届）一等奖5件

评论：《“老何说和”说了些什么？》（中国宁波网）

专题：《接力寻美温暖中国》（胶东在线）

专题：《党旗漫卷中国红——走进56个民族家庭大型接力式采风活动》（大众网）

专栏：《陇原史话》（中国甘肃网）



中国网络媒体 20 年（1994—2014）

网页设计：《聚焦天宫一号 / 神舟八号交会对接》（中国广播网）

2013 年（第 23 届）一等奖 7 件

评论：《雷锋，距离我们并不遥远》（中国广播网）

专题：《齐鲁正能量之爱心帮农季》（齐鲁网）、《中国共产党第十八次全国代表大会》（人民网）

访谈：《携手共建“美丽中国”让候鸟飞》（北方网）

专栏：《劳动·创造·奋斗——青春励志故事》（中国青年网）、《心通桥》（中原网）

网页设计：《“科学发展成就辉煌”大型图片展览网上展馆》（中国网络电视台）

2014 年（第 24 届）特别奖、一等奖 5 件

评论：《限制“公款消费”本质是制约权力寻租》（中国经济网）获得本届中国新闻奖特别奖，网络新闻作品首次获此荣誉

一等奖：评论《中国改革“再出发”的总宣言》（人民网）

专题：《中央新一届领导集体：平凡的生活 伟大的理想》（央视网）、《制度创新——中国（上海）自由贸易试验区特别专题》（东方网）

专栏：《求真》（人民网）

延伸阅读：中国新闻奖增设网络新闻奖答问——闵大洪接受《网络传播》编辑孙光海采访录¹

◎问：十六届中国新闻奖首次把网络新闻作品纳入了评选范围，这对中国互联网发展有什么样的意义，尤其是对新闻网站而言，产生什么样的促进和发展，有什么样的现实意义？

答：中国新闻奖是中华全国新闻工作者协会主办的全国优秀新闻作品最高奖，是经中宣部批准设立的全国性常设新闻奖。从 2006 年第 16 届起，将网络媒体的优秀新闻作品纳入中国新闻奖的评奖范围，具有以下意义：① 网络媒体已成为我国重要传媒形态的地位进一步得到确立；② 网络媒体从业人员创造性的劳动及成绩得到肯定；③ 对网络媒体多出人才、多出精品起到激励作用。

如果回顾一下，这次中国新闻奖增设网络新闻奖项有两个重要推动因素：

1 本文原载于《网络传播》2006 年第 8 期。

一是一些省份早已进行网络新闻评奖，并纳入省记协主持的省新闻奖评选范围。如湖北是全国第一个进行网络新闻评选的省份，始于2000年，至今已连续评选七届。再如，浙江省从2002年开始设立网络新闻奖项，至今已连续评选五届。这两个省的网络新闻奖评选活动，为中国新闻奖设立网络新闻奖提供了宝贵的实践经验。

二是主持中国新闻奖评选的中国记协国内部多年来一直积极地推动此事。如国内部早在2002年在调研的基础便提出了设立网络新闻奖的建议，并拟定了评奖方案。在本届评奖中，又进行大量细致的调研、组织、协调工作，保证了首次评选的公正与质量。

当然，最重要的还是自2000年以来，网络媒体快速的发展及其与日俱增的社会影响力，今天网络新闻纳入中国新闻奖的评选，正好比水到渠成。

◎这次针对网络新闻作品评选，是怎样一个过程？

答：本次网络新闻参评资格是经国务院新闻办公室批准的由新闻单位设立的具有登载新闻业务资质的新闻网站（不含网络版、电子版）登载的新闻作品。奖项共分三类：①网络新闻评论；②网络新闻专题；③网络新闻专栏。2月，中国记协发出通知，要求各网络媒体在4月底前按分配数额报送参选作品。由于网络新闻是第一次列入中国新闻奖，因此，中国记协对这项工作十分慎重，首先于5月24日至25日在武汉举行了复评会，复评工作是在82件作品中评出24件报送定评。复评会本着宁缺毋滥的原则，最后评出了22件。定评会于6月下旬在南昌举行，报送作品在定评时分别列入中国新闻奖的评论、专栏、专题的总体框架内，与报纸、广播、电视媒体的作品一起进行评选。不论是复评还是定评，评委在评议讨论的基础上，严格按照三轮无记名投票程序进行。中国新闻奖获奖作品于7月11日至17日在向新闻界和社会公示后，于7月18日正式公布。从定评结果看，首次参评的网络新闻共有13篇作品获奖，其中获一等奖作品2篇，二等奖作品5篇，三等奖作品6篇。按类别分，网络评论4件，网络专题8件，网络专栏1件。中央网络媒体选送的作品6件，地方网络媒体选送的作品7件，分布较为平衡合理。

◎与传统媒体评选新闻奖相比，网络新闻作品评选有什么样的特点？参照了哪些标准？

答：与传统媒体新闻奖奖项相比，有相同的地方，也可以说是完全一致的地方，这就是政治层面的导向原则，作品必须为全党全国工作大局服务，落实“三贴近”报道方针，社会效果好。在业务层面，则要求内容真实、时效性强、主题重大、策划到位等。与传统媒体不同之处，主要是能够较好地体现网络媒体自身的传播特点，如网络新闻专题的内容采集是否广泛，表现形式是否新颖多样，以及互动性与访问速度也在评价之列。再如，网络新闻评论必须是网站首发的原创评论，字数一般不能超过2000字，行文用语除与传统媒体评论的准确性、逻辑性的要求相同外，还应显示网络新闻评论的鲜活与泼辣。

◎这次奖项的从类别来看，网络分为专栏、专题、评论三大类，并且与广播、电视、



报刊并列，这对网络媒体而言，是否意味着和传统媒体平起平坐？

答：2005 年 11 月 8 日中国第六个记者节，人民网、新华网和中国网的各一名编辑首次获得“全国优秀新闻工作者”的荣誉称号。2006 年网络新闻在第十六届中国新闻奖中首次设奖，并有 13 件优秀作品获奖。这反映了中国网络媒体的地位不断上升。在复评会上，评委多次提到这两件事，均认为这是网络媒体和报刊、广播、电视媒体平起平坐的重要标志。

当然两个“第一次”主要显示的是从无到有的意义，在数量上还不可能一下就占到很高的比例。我做了一下统计，获得“全国优秀新闻工作者”的 3 位网络媒体编辑占获奖总人数 172 人的 1.74%。本次获奖 13 件网络新闻作品占获奖作品总数 270 件的 4.81%。

我期待并坚信，随着网络媒体的进一步发展，今后这一比例会飞快增长。事实已经让我们看到并将进一步让我们看到，网络媒体蕴藏的能量绝不是与传统媒体平起平坐的问题。

◎您作为这次中国新闻奖网络新闻作品复评召集人之一，您怎么评价这次获奖的网络新闻作品？这些作品呈现出什么特点？

答：武汉复评会参加人员由中国记协聘请有关主管部门、新闻单位、重点新闻网站和高校研究部门的有关领导与专家组成。共分为两个工作组，我担任网络新闻评论和网络新闻专栏评选组的召集人，武汉大学新闻传播学院的肖珏老师担任网络新闻专题评选组召集人。

本次报送的 82 件作品从总体看反映了网络新闻目前的素质和水平。尤其是获得一等奖的两件作品：人民网的评论《我们怎样表达爱国热情》和新华网的专题《网民感动总理 总理感动网民——总理记者招待会网上答问》，不论是从当时产生的社会影响看，还是从网络媒体的业务水平衡量，确实是高水准、高质量的作品。

网络新闻专题具有强大的综合性表现能力，是网络媒体独有的手段。当有重大新闻事件发生时，各网络媒体均会下大功夫运作，而且做得相当不错，但在参评时不免发生“撞车”，如“神六”发射及返回的专题，共有三家网络媒体报送，PK 的结果是央视国际的专题作品获奖。

但是也应该看到，定评共有 13 件网络新闻作品获奖，仅占报送 82 件作品的 15.85%。这也反映了另一方面的情况：各单位报送的出色的作品数量不够多，这在网络评论中表现最为明显，有些评论作品有“硬伤”，在评选过程中因受到数量限制而让评委难以取舍情况很少，即使是最后报送参加定评的一些作品也有不同程度的瑕疵。复评原可以向定评报送 8 件作品，但最终只报送了 6 件作品。其实网络原创评论是近年来发展最快的形式，数量极为可观。造成上述情况的原因可能是各网络媒体未有充分准备便仓促报送。有的专栏尽管相当有特色，但不是新闻性专栏而遭淘汰，这也是单位报送产生的问题。

7月11日,我看到南昌定评会的报道,定评分7个评审小组。在纳入中国新闻奖的整体框架时,参评的领导们如何评价复评报送的网络新闻作品不得而知。总之,从结果看,复评报送的22件作品淘汰了9件,应该说定评依旧遵循了从严掌握、宁缺毋滥的原则。

◎您认为,今后网络新闻作品评选将会朝一个什么方向发展?

答:一是增加具有网络媒体特点的奖项,如公共服务奖、传播创新奖,甚至网络新闻报道奖(就媒体而言,没有自己采写的新闻报道是不可思议的。我始终认为,2001年7月人民网对广西南丹矿难真相的披露,是具有开创意义的报道,当时就有网友评论道,人民网的报道应获当年的中国新闻奖);二是明确并制定具体的评价体系,以便能够对参评作品有一个客观公正的可操作手段;三是各网络媒体及各地记协应建立自己的常规评奖活动,这样在向中国新闻奖报送作品时,能够减少随意性而拿出最好的作品;四是中国新闻奖的评选是否可能按不同媒体类别划分,这当然涉及中国新闻奖的整体结构变动,是另一个话题了。

附:十六届中国新闻奖网络新闻奖项获奖作品名录

一等奖作品3篇

网络评论:《我们怎样表达爱国热情》(单位:人民网,作者:丁刚)

网络专题:《网民感动总理 总理感动网民——总理记者招待会网上答问》(单位:新华网,作者:康晶、林明、刘娟)

新闻专栏:“焦点网谈”(单位:河南报业网,栏目负责人:董林、万大珂)

二等奖作品4篇

网络评论:《面对洪战辉,拷问我们缺失什么?》(单位:北方网,作者:于浩、常悦)

网络专题:“中部崛起”(单位:荆楚网,作者:阎思甜等)

网络专题:“四川纪念红军长征70周年”(单位:四川在线,集体创作)

网络专题:“江西万众一心夺取抗震救灾胜利”(单位:大江网,作者:吴跃军、薛岚)

三等奖作品6篇

网络评论:《“房地产就该暴利”——任志强叫嚣有理还是叫板和谐社会》(单位:新华网,作者:王甘武、钟进军、窦灏洋)

网络评论:《“免费”为“反恐” 卢总经理在忽悠谁?》(单位:新华报业网,



中国网络媒体 20 年（1994—2014）

作者：徐琛）

网络专题：“神舟六号今秋遨游太空”（单位：央视国际网络，集体）

网络专题：“团结一心 共渡难关——黑龙江从容应对水污染”（集体）单位：东北网

网络专题：“中国国民党主席连战访问大陆”（单位：中国新闻网，作者：秦欣）

网络专题：“时代英雄交响曲——全国模范教师北大教授孟二冬”（单位：光明网）

2007 年

网络文化建设高潮兴起

2007 年，党中央在互联网领域又提出了一个新的命题：我国网络文化建设与管理。提出“努力把互联网建设成为传播社会主义先进文化的新途径、公共文化服务的新平台、人们健康精神文化生活的新空间、对外宣传的新渠道，走出一条中国特色网络文化发展之路”。

网络文化建设兴起之年

中共中央政治局 2007 年 1 月 23 日下午进行第三十八次集体学习，主题为“世界网络技术发展和我国网络文化建设与管理”。中共中央总书记胡锦涛在会上强调了加强网络文化建设和管理的重要意义，指出：“我们必须以积极的态度、创新的精神，大力发展和传播健康向上的网络文化，切实把互联网建设好、利用好、管理好。”6 月 1 日，中共中央办公厅、国务院办公厅下发《关于加强网络文化建设和管理意见》，这是今后一段较长时间内指导我国网络文化建设和管理纲领性文件。6 月 3 日、4 日，“全国网络文化建设和管理工作会议”在北京召开，这是全面落实中央部署的重要会议。中央政治局委员、书记处书记、中宣部长刘云山在会上讲话中指出：“互联网已经成为重要的文化创作平台、文化产品传播平台和文化消费平台，网络文化已经成为人们精神文化生活的重要组成部分。建设中国特色网络文化是党中央从中国特色社会主义事业总体布局和文化发展战略出发作出的重大部署。加强网络文化建设和管理，是发展社会主义先进文化、满足人民群众日益增长的精神文化需求的迫切需要，是占领思想文化阵地、促进社会稳定和谐的迫切需要，是顺应人民群众强烈愿望、保护青少年身心健康的迫切需要，是树立国家良好形象、增强国家文



化软实力的迫切需要。”

在 2007 年 10 月召开的中国共产党第十七次代表大会上，“加强网络文化建设和管理，营造良好网络环境”再次写入大会报告，这充分显示了全党对这一领域的高度重视。推动社会主义文化大发展、大繁荣要运用高新技术创新文化生产方式，培育新的文化业态，加快构建传输快捷、覆盖广泛的文化传播体系，互联网作为新兴的传播工具，理应在这一体系中承担起重要职责，而中国网络媒体的地位和作用也将更加突出。

在党中央提出加强网络文化建设后，网络媒体界纷纷采取具体行动响应。如 10 月 26 日，“中国青少年网络发展论坛”以创建绿色网络、创意网络、和谐网络为主题展开研讨；如 12 月 4 日、5 日，第七届“中国网络媒体论坛”（中青网承办，在海南三亚举办）以“推动网络媒体新发展，提升国家文化软实力”为主题论坛展开研讨。就连全国哲学社会科学规划办公室 11 月 15 日发布的 2007 年度国家社科基金重大招标项目课题研究方向，也及时地将《中国特色网络文化建设和管理发展战略研究》列入。

2 月 1 日，中华全国新闻工作者协会在新华网的技术支持下，正式建立自己的官方网站“中华新闻传媒网”（www.zgjx.cn）。中国记协发挥着党和政府密切联系新闻界的桥梁和纽带作用，中国记协官网的开通，无疑在传播手段上加强了这一作用。5 月 18 日，中国记协召开全国新闻网站负责人研讨会，会后签署了《全国新闻网站坚持文明办网，净化网络环境自律公约》。

舆论导向显示力量之年

在 2007 年的重大事件和重大主题的报道中，网络媒体一如既往地发挥了正确舆论导向的作用。其中最具声势的报道，无疑是对十七大的报道。在大会召开前夕，网络媒体已通过多种方式进行了宣传铺垫，其中“科学发展 共建和谐”网络作品大赛规模最大。这项活动由全国 188 家获得新闻发布资质的网站首次联合主办。从 8 月 3 日至 9 月 20 日共征集到 6 万余件作品，包括文字、图片、DV、Flash 四类。经过初评和定评，共评选出 60 件金、银、铜奖作品和 160 件优秀奖作品。广大网民以“我建设、我见证、我记录”的个人视角，反映了中国社会各方面的快速进步。

10 月 15 日，十七大开幕当天，各网站共登载相关消息、通讯、评论等 6400 多

条,音视频报道 250 多条、时长 92600 分钟,图片 800 余幅,发送手机新闻报道 280 多条。仅 15 日上午十七大开幕式报道中,人民网、新华网等中央重点新闻网站和主要商业网站在 4 小时内点击量超过 2.5 亿次,是平时日访问量的 3 至 4 倍,其中海外浏览量 5000 万次。15 日至 20 日,北京市主要商业网站十七大报道点击量已经突破 3 亿人次。各网站对十七大报道投入了巨大的力量,动用了各种手段和表现方式,如新华网和中国移动合作创办的“十七大手机报”,在十七大期间共发行 6 期,发行总量高达 1.5 亿份,最高一期发行量突破 3000 万份。网络媒体的十七大报道被网民誉为:“中国互联网站为十七大召开铺上了红地毯”。正如国务院新闻办公室副主任蔡名照所总结的那样:“十七大网上宣传为互联网新闻宣传工作写下了浓墨重彩的一笔,成为我国互联网新闻传播事业发展史上一个重要里程碑”(引自蔡名照在第七届“中国网络媒体论坛”开幕式上的演讲)。

北京市千龙网及新浪、搜狐、网易等 10 家主要商业网站于 2007 年 5 月 28 日推出“网上大讲堂”活动,这些网站依据各自的优势和用户特点,选择不同的主题,邀请各方面专家,以网上视频授课、文字实录以及和网民互动交流的方式,向网民在线传播内容丰富的文化知识,成为本年度内有创意且时间长影响大的网络文化建设活动。截至 12 月初,已经举办 28 期、共计 330 余期讲座,累计点击量突破 9 千万人次。

2007 年还有两件跨越国界的网上互动值得特别记载:一是 2 月 2 日人民网“强国论坛走进俄罗斯”,在莫斯科邀请俄罗斯第一副总理德米特里·梅德韦杰夫就“俄中关系”主题回答网民问题。这是强国论坛首次在国外设坛进行网上视频直播并让网民参与互动。二是国际在线主办的《中日网络对话》活动,参与对话的两国嘉宾分别在北京和东京两地,并让两国网民共同参与探讨两国文化的异同及两国如何相处。这一网络对话方式在年内实现了固定化,以不同的话题每一季度(春、夏、秋、冬)进行一次,形成了一个有效的中日文化交流的新平台。

新闻网站蓄势待发之年

2007 年 1 月 1 日,人民网、中国网创建 10 周年。11 月 7 日,新华网创建十周年。这标志着中国新闻媒体在 20 世纪 90 年代中后期第一波创办的网站已经走过十年。经过多年的探索、磨炼,新闻网站的能量和影响力在不断扩大。伴随宽带网络、无线网络的迅速发展,伴随多种信息发布和接收终端的出现及普及,伴随传媒业自身



数字化步伐的加快，新闻网站作为数字传媒的核心平台，下一个十年面临着更大的挑战。面对这种形势，新闻网站多年来企盼的给予体制机制创新政策，2007 年终于获得突破。中央已明确要积极推进新闻网站体制改革试点，列入改革试点的新闻网站可以尝试通过多种渠道拓展资金来源，引进国有战略投资者，在确保主办单位控股的前提下，建立现代企业制度，组建股份公司，条件成熟时在国内上市。

各类新闻网站在发展中，在内容、服务、技术、经营等领域一直进行积极探索与推进，今年业界举办的一系列研讨会，就充分反映了这一状况：4 月 21 日，“中国网络媒体发展论坛——全国知名网络媒体老总龙虎山论道”大型活动举办，与会的 40 多家网站的负责人就新闻与经营良性互动、无线增值、网媒广告经营、网络游戏等重要话题展开了广泛的交流；1 月 27 日至 28 日，中国数字报业实验室在广州举行了中国数字报业商业模式研讨会；11 月 11 日至 13 日，温州日报报业集团与方正集团又共同举办了数字报纸商业模式研讨会，这两次研讨会对可能建立的数字报收入模式进行了热烈的讨论（注：这里所说的“数字报”，系指报纸 PDF 格式的 Flash 版，又称“电子报”、“网络报”）。12 月 13 日至 15 日大洋网在广州承办了 2007 年度第四届中国城市新闻网站联盟总裁（总编）年会，以“发展区域门户——传统媒体的新机会”为主题，就网盟成员共同关心的区域门户的契机与经验、新技术在新媒体的应用、报网互动及跨媒体经营、网络视频整合与应用等行业热点等议题展开了深入探讨；12 月 21 至 23 日，第二届全国电视台网站联盟年会在杭州举行，来自全国 40 多家电视台网站的 60 多名网站负责人聚集一堂，成立于 2006 年 10 月的这一组织，其宗旨是促进全国电视台网站之间的资源共享，探索以视频合作为切入点的共赢模式。

奥运报道布局筹备之年

2008 年北京奥运会报道是各类媒体大显身手的舞台，如同奥运会本身一样，也是一个竞争激烈的比赛场。国际奥委会首次将互联网、手机等新媒体作为独立转播机构，与传统媒体一起列入北京奥运会的转播体系。搜狐作为北京奥运会互联网内容服务赞助商（2005 年 11 月 7 日取得），在 2007 年开始发力。3 月 26 日，搜狐与全国 15 家有影响力的都市报宣布组成“全国奥运媒体联盟”，此后不少平面媒体和广电媒体陆续加入，发挥各自的资源优势。9 月 10 日，搜狐发布奥运会赛时网络报道计划，10 月 6 日，张朝阳率领的搜狐团队成功登顶海拔 6187 米的玉珠峰，而在此前两天 10 月 4 日 22 时，在海拔 5000 米左右的玉珠峰大本营，通过通信卫星成功地

实现了宽带网络接入。这是搜狐奥运报道团队对 2008 年奥运火炬上珠峰进行现场报道的一次实战演练。

各家网络媒体积极备战奥运会报道的竞争，迅速扩展至谋略层面，上演了一幕幕合纵连横的大戏。如，2007 年 7 月 11 日，TOM 在线宣布邀请国内 28 家主流平面媒体成立“奥运报道强势联盟”；7 月 19 日，新浪、网易、腾讯在北京联合召开新闻发布会，宣布三方正式结为战略合作伙伴关系，组建强大的“奥运报道联盟”，随后不仅不少网站分批加入，地方主流报纸也纷纷加入。

与此同时，官方新闻媒体，利用自己的资源优势，也在稳步地推进奥运报道布局。如新华社 9 月 12 日正式开通北京奥运会东道主通讯社官方网站 beijing2008.news.cn。12 月 18 日，中国中央电视台在北京正式与国际奥委会签约，宣布 CCTV.com 成为北京奥运会官方互联网、手机转播机构。央视国际将以“视频、互动、多终端”为特色，倾力打造奥运网络电视和奥运手机电视。

Web 2.0 应用全面开花之年

中国互联网是国际互联网的组成部分，因此，国际互联网上的新技术、新应用、新业务都会很快在中国得到体现。如博客、播客、维客、多媒体网络杂志、新型网络社区、社区搜索聚合、图片分享、视频分享等各类新型网站的涌现构成了中国互联网进入 Web 2.0 阶段后一道耀眼的风景线。即使是博客，从文字博客到图片博客，从音频博客到视频博客，从常规博客到所谓的“迷你”博客（又称“微网志”），各类形态在中国互联网上都有所展现。

博客被视为 Web 2.0 最主要的表现形态。博客在中国的发展大致可分为两个阶段：2002 年至 2004 年为博客小众化阶段，即初始阶段；2005 年至今，为博客大众化、普及化阶段。12 月 26 日，中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的《2007 年中国博客调查报告》显示，中国博客作者已达 4700 万。到 2007 年，应该说独特的博客文化已经形成，出现了众多社会名人、专家开设的博客，其中也不乏官员、人大代表、政协委员，形成了精英博客与草根博客共舞、实名博客与匿名博客并存的局面，博客的媒体性质更明显地凸现，如 4 月，华声在线精英博客频道获得湖南省 2006 年度新闻奖评选一等奖，这在国内新闻界还是首次。11 月 12 日，我国第 24 次南极科学考察队乘“雪龙号”启程前往南极，新华网记者张建松与科考队首次通过博客向全国网友报道考察进展情况。这都是博客作为一种新的传播形态在国内新闻



领域影响力不断提升的一个证明。商业门户网站由于技术、资金、运营、推广的到位，使博客业务迅速成为网站一个新的增长点。截至 2007 年 9 月 14 日 18 时，新浪个人博客点击量超过 1 亿的已有徐静蕾和韩寒两位，超过 5000 万的有 5 位，超过 100 万的博客高达 908 位。博客已成为不少网站的主营业务之一，其对网民的吸引力及网站流量的贡献巨大。

2007 年，宽带网络和无线网络依旧保持高速发展的态势。

CNNIC 的调查数据显示，宽带用户持续高速增长取代了以往最被关注的网民数量增长。据 CNNIC 第 16 次调查，截至 2005 年 6 月 30 日，宽带上网人数首次超过了网民的一半，达到 5300 万人，增长率为 23.8%。据 CNNIC 第 18 次调查，截至 2006 年 6 月 30 日，宽带上网人数达到 7700 万，增长率为 45.3%，在全体网民中比例已经达到 62.6%。据 CNNIC 第 20 次调查，截至 2007 年 6 月 30 日，宽带上网人数已达 1.22 亿，在全体网民中的比例更高达 75%。宽带网络打破了以往音视频传播的瓶颈，为影像时代的到来造就了必要的前提。

CNNIC 的调查数据显示，无线接入（含手机接入）互联网已经成为一种新兴的接入方式。据 CNNIC 第 20 次调查，截至 2007 年 6 月 30 日，使用无线接入的网民已达到 5500 万，无线接入比例已经突破三分之一，占比达到 34.3%，其中以手机为终端的无线接入规模已经达到 4430 万人，占比达到 27.3%，手机网民数较去年翻了 2.6 倍。据信息产业部发布的统计数据，到今年 9 月底，全国手机用户数超过 5.23 亿户。当代通信技术的迅猛发展，使电信与传播合成为“电信传播”这样一个新概念，如手机技术的发展，使其从双向语音通话的工具发展成为个性化的随时随地随身收发信息的媒体终端。

互联网新业务的开拓、增长与以上两大发展相关联。有评论指出，Web 2.0 阶段的业务与宽带网络密切相关，而业界在 2007 年内开始探讨的 Web3.0 阶段的业务则将与无线移动网络密切相关。

我国的新闻网站大多数是报社、广播电台、电视台、通讯社媒体网站，因此，网站的发展是与新闻媒体的数字化整体发展密切相关的。近两年来，“数字报业”、“数字广电”等概念的提出，反映了当今媒体发展的大趋势。如中国数字报业的发展，有两种形态遍地开花，直到 2007 年仍方兴未艾：一是手机报，一是多媒体数字报。媒体网站在“报网互动”、“台网互动”的探索中，不断利用新技术开拓新业务。

网民参与空前活跃之年

由于互联网新技术带来的更加广泛的新应用，具有近 2 亿规模用户的中国网民以空前的热情参与其中。这种参与是多方面的，对社会公共事务的参与便是其中之一。如 2006 年 11 月郑州至开封间近 50 公里的快速路建成，有“半月大哥”等网友在论坛中率先建议可利用这条路举办国际马拉松赛事，以提高两市乃至河南省的知名度。两市网民纷纷表态支持，继而发起网上签名活动，后在两市政府的推动下得到国家体育总局批准，2007 年 5 月 6 日，第一届“中国郑汴国际马拉松”成功举行。

美国著名互联网研究学者丹·吉尔摩（Dan Gillmor）指出：“近几年来，越来越多的普通公民成为新闻记者和社会评论员。他们以令人惊叹的速度建立起加入社会和政治讨论的平台。”如，2005 年以来大众化的博客、播客等应用，不仅最全面最生动地记录当今中国社会的变动，而且成为新闻源或事件导火索，成为跟踪采访社会事件新闻的正在进行时，成为干预现实的重要力量。在今年发生的一系列重大社会事件，如 3 月至 4 月的重庆钉子户事件、5 月至 6 月的厦门反 PX 项目事件、11 月至 12 月的沈阳蚁力神事件中，都可以看到网民利用各种互联网功能进行爆料、报道、评论、动员、串联。

2007 年 6 月 5 日，《孩子被卖山西黑砖窑，400 位父亲泣血呼救》的帖子发在河南的大河论坛上，立刻引起强烈的反响，截至 6 月 12 日，大河网上该帖点击率超过 31 万。6 月 7 日，这篇帖子被转贴到天涯杂谈后，短短 6 天时间，该帖更是获得了高达 58 万的点击率和 3000 多篇回帖。众多论坛均以“紧急呼救”和“全国网友都在转发”的标题将此帖置顶，迅速将此事传播到全国。这次“网络上访”震撼了百姓的心灵，在网上和媒体上掀起了一场声势浩大的声讨行动。

由农民周正龙拍摄的华南虎照片的真伪辨别，是从 2007 年 10 月延续到年底仍未有明确答案的事件。广大网民的质疑和不依不饶地追寻事件的真相是这一事件的最大特点，同时主流网民表现得相当理性。11 月 26 日，网易独家公布周正龙拍摄的 40 张华南虎数码照片，并随后发布六方鉴定意见，网络媒体直接介入此事件（信息披露由湖南红网配合进行）试图起到一锤定音的作用。尽管到本文截稿时，此事件尚未落幕，但事件再次说明，任何人不要低估网络媒体和广大网民将信息披露、内幕挖掘、人肉搜索、历史记忆、专业分析、犀利评论等通过互联网各种功能聚合在



一起时产生的能量。¹

各级党组织和各级政府如何面对“网络政治”、“网络民主”、“网络舆论”、“网络民意”，尤其在重大事件发生时有无快速反应和正确解决问题的能力，已成为执政水平的一项指标。值得注意的是年内一批相关的论述文章见诸报刊、网站，包括党报党刊和新闻网站，如《党政官员，直面网络时代》（载 8 月 14 日《人民日报》）、《官员触网全面提速：从网络了解研判舆情成趋势》（载 8 月 16 日《南方周末》）、《官员“开博”彰显“电子民主”》（载《半月谈》11 期）、《互联网时代来临 官员应如何应对？》（7 月 25 日中国共产党新闻网特别策划专题）、《书记们不妨到互联网上去蹲蹲点》（4 月 29 日新华网评）、《领导干部上网应该成为常态》（2 月 21 日红网评论）、《互联网·政治生态·领导干部》（7 月 25 日《人民论坛》杂志特别策划）、《领导干部要适应“网络政治”的发展》（中共中央党校沈宝祥教授文章，载《学习时报》388 期）、《网络政治的实质是民主政治》及《互联网是提高执政能力的有效途径》（载《网络传播》8 期）等。党建读物出版社还专门出版了《与领导干部谈互联网》一书。

网络管理加大力度之年

公安部、中宣部等 10 部委决定，从 2007 年 4 月开始，在全国组织开展为期半年的打击网络淫秽色情专项行动。这是自 2004 年专项整治行动以来又一次大规模的行动。与此次行动相配合，公安机关于 6 月底前在全国重点网站、论坛设立了网上“报警岗亭”和“虚拟警察”。针对网上有害信息传播个案，有关管理部门也及时采取措施管制，如全国“扫黄打非”工作小组办公室、新闻出版总署在 8 月曾联合发出《关于严厉查处网络淫秽色情小说的紧急通知》，国家广电总局曾于 2006 年 12 月底和今年 4 月先后下发了有关依法查处非法“网络电视台”的通报。中宣部、国务院新闻办、公安部等 12 个部门于年底又联合发出通知，要求从 2007 年 12 月 4 日起到 2008 年 1 月 30 日前，在全国范围内集中开展一次针对网上非法发布“性药品”广告和性病治疗广告的专项治理整顿行动。12 月 20 日，《广东省计算机信息系统安全保护条例（草案修改三稿）》在广东省十届人大常委会第三十六次会议上获得通过。

1 周正龙所拍华南虎照片真实性从一开始便受到来自网友、专家等多方面质疑，2008 年 6 月 29 日，陕西省政府新闻发布会通报周正龙所拍照片中的“老虎”实为老虎纸画。11 月 17 日，周正龙因诈骗和私藏枪支弹药罪，被判有期徒刑 2 年 6 个月，缓刑三年。2010 年 5 月初，周正龙被安康中级人民法院裁定取消缓刑，收监服刑。2012 年 4 月 27 日，周正龙刑满释放。

该《条例》将计算机信息系统按照其在国家安全、经济建设、社会生活中的重要程度等因素分为五个等级，地级以上人民政府公安机关、国家安全机关为保护计算机信息安全，在发生重大、突发性事件，危及国家安全、公共安全及社会稳定的紧急情况下，可以采取二十四小时内暂时停机、暂停联网、备份数据等措施。12月20日，国家广播电影电视总局和信息产业部共同颁布《互联网视听节目服务管理规定》（第56号令）。该规定自2008年1月31日起施行，规定所称互联网视听节目服务，是指制作、编辑、集成并通过互联网向公众提供视音频节目，以及为他人提供上载传播视听节目服务的活动。

2007年起，信息产业部提出网络“谁主管谁负责，谁经营谁负责，谁接入谁负责”新监管措施，由在互联网信息传播环节中处于主导地位的基础电信运营商来负责具体的净化网络工作，杜绝有害信息通过接入层进入互联网。据统计，自今年以来，基础运营商配合管理部门共切断了无证擅自提供接入的IDC1500余个，切断不良网站1.4万个，删除不良信息近50万余条；在整治违法不良短信息方面，截至11月初，基础运营商已配合公安机关对7万余个提供违法不良短信息的涉案手机号码实施了停止通信服务的措施，并对违反规定为网站提供接入服务的ISP进行了依法处理（数据引自11月16日《法制日报》报道）。

与此同时，业界也加强了自律。最有代表性的事件是中国互联网协会于8月21日发布的《博客服务自律公约》。对于是否实行“实名制”的争议，最终确定的方针是：不会强制博客的实名制，但会鼓励实名制。博客服务应当遵循兼容并蓄、文明守法、诚信自律、和谐发展的原则，而广大博客作者也应自觉增强社会责任意识和公共道德意识，做网络文明和科学的倡导者和传播者。

国际双边、多边对话平台创建之年

2007年4月20日，中国和英国互联网圆桌会议在伦敦举行，会议由中国国务院新闻办公室和英国商业、企业与制度改革部共同主办，路透社协办。这是中英两国政府间首次就互联网问题开展对话交流，双方商定今后每年轮流举办。国务院新闻办公室副主任蔡名照在论坛开幕式讲话中强调，由于互联网具有国际性的特征，建设和谐的互联网需要世界各国的共同努力，我们主张在世界范围内，广泛开展多形式、多渠道、多层次的国际交流和合作，共同研究和解决互联网发展过程中面临的各种问题。11月7日，第二届中美互联网论坛在上海举行。论坛由中国互联网协会



和美国微软公司联合举办，主题是“发展与合作”，旨在进一步加深两国业界之间的沟通理解。出席本届论坛的代表来自中美双方知名互联网企业、行业组织、学术机构及相关政府部门。

2007 年中国网络媒体与网络传播十大事件

- 1 月 23 日，中共中央政治局进行第三十八次集体学习，主题为“世界网络技术发展和我国网络文化建设与管理”。中共中央总书记胡锦涛在会上强调了加强网络文化建设和管理的重要意义。
- 6 月 1 日，中共中央办公厅、国务院办公厅下发《关于加强网络文化建设和管理的意见》，这是今后一段较长时间内指导我国网络文化建设和管理的纲领性文件。
- 2 月 2 日，人民网“强国论坛走进俄罗斯”，在莫斯科邀请俄罗斯第一副总理德米特里·梅德韦杰夫就“俄中关系”主题回答网民问题。这是强国论坛首次在国外设坛进行网上视频直播并让网民参与互动。
- 在 3、4 月对重庆钉子户的拆迁事件中，包括网友现场报道在内的网络传播对于事件全过程的信息披露发挥了特殊作用。
- 在 5、6 月的厦门反 PX 项目事件中民众进行大规模的“散步”抗议活动，包括个人博客在内的网络传播对于动员民众组织民众发挥了独特作用。
- 8 月 21 日，中国互联网协会发布《博客服务自律公约》。
- 11 月 26 日，网易独家公布周正龙拍摄的 40 张华南虎数码照片，随后发布六方鉴定意见，成为直接介入该事件的商业网站。
- 公安部、中宣部等 10 部委决定，从 4 月开始，在全国组织开展为期半年的打击网络淫秽色情专项行动。这是自 2004 年专项整治行动以来又一次大规模行动。
- 12 月 18 日，中国中央电视台在北京正式与国际奥委会签约，宣布 cctv.com 成为北京奥运会官方互联网/手机转播机构。
- 12 月 20 日，国家广播电影电视总局和信息产业部共同颁布《互联网视听节目服务管理规定》（第 56 号令）。该规定自 2008 年 1 月 31 日起施行。

附：中国与他国建立的互联网双边、多边对话平台（2007—2014 年）

1. 中美互联网论坛

首届论坛于 2007 年 11 月在美国西雅图举行。

第二届论坛于 2008 年 11 月 7、8 日在上海举行，主题为“发展与合作”。

第三届论坛于 2009 年 12 月 9、10 日在旧金山举行，主题为“交流合作，应对挑战”。

第四届论坛于 2010 年 11 月 8、9 日在北京举行，主题为“为了更加有用、更加可信赖的互联网”。

第五届论坛于 2011 年 12 月 7 日、8 日在美国华盛顿举行，主题为“对话与发展”。

第六届论坛于 2013 年 4 月 9 日在北京举行，主题为“对话、沟通、理解”。

第七届论坛于 2014 年 12 月 2-3 日在华盛顿举行，主题为“对话与合作”。

2. 中英互联网圆桌会议

首届圆桌会于 2008 年 3 月 20 日在伦敦举行。

第二届圆桌会于 2009 年 7 月 22 日在北京举行。

第三届圆桌会于 2010 年 11 月 22 日在伦敦举行。

第四届圆桌会于 2011 年在 9 月 29 日在北京举行。

第五届圆桌会于 2013 年 9 月 9 日在伦敦举行。

3. 新兴国家（中国、俄罗斯、巴西、南非）互联网圆桌会

首届圆桌会于 2012 年 9 月 18 日在北京举行。

4. 中韩互联网圆桌会议

首届圆桌会于 2012 年 12 月 5 日在北京举行。

第二届圆桌会于 2013 年 12 月 10 日在首尔举行。



延伸阅读：方兴未艾的多媒体数字报¹

（一）数字报遍地开花

纵观近两三年来中国数字报业的发展，有两种形态遍地开花，一是手机报，一是多媒体数字报。目前开通“两报”的报社数量相当可观，呈现出报业整体（包括中央大报、都市报、行业报、乃至地市级报社）争先恐后进军的态势。

关于手机报的特点及运营模式，不少同仁已写了很多文章，一些专业刊物在去年还做了专题。因此，我这篇文章对手机报按下不表，单说多媒体数字报（以下简称“数字报”）。

应湖北日报传媒集团的邀请，我有幸在现场目睹了该集团数字报的开通仪式。2007年8月10日上午，随着5位领导同时点击鼠标，湖北日报传媒集团数字报正式上线。集团所属的《湖北日报》、《楚天都市报》、《楚天金报》、《农村新报》、《体育周报》、《三峡晚报》6份数字报每天早上7点在荆楚网（www.cnhubei.com）上更新。

报社开通数字报，即使是省级党报，怎么也算不上是省内的大事件。然而当天，中共中央政治局委员、湖北省委书记俞正声即对数字报的开通给予了祝贺和高度评价。他在批示中表示：“我在网上看了‘数字报’，效果很好。我的第一感觉是，今后出差在外，不用再去找湖北的报纸了。”

或许是应了无独有偶这句话，《南方都市报》数字报（www.nddaily.com）也在2007年8月10日正式上线。它不仅结束了《南方都市报》缺乏“官方网站”的历史，而且其数字报提供的三大产品形态——南都完整版、南都精华版和南都随时报，为目前数字报注入了创新的要素。

就在今天（9月1日）我开始动手写本文，在网上搜索有关报道时，发现就在昨天（8月31日）苏州日报报业集团的数字报在苏州新闻网（www.subaonet.com）平台上开通，包括《苏州日报》、《姑苏晚报》和《城市商报》三张报纸。

以上所举不过是数字报大潮中不断涌来的几朵新浪花。

9月4日，我专程采访了新数通公司总经理夏鸿。以下是他告诉我的截至8月底的两个数据：

全国39家报业集团，就数字报事宜与新数通公司合作的已有25家；在其Xplus平台（magazine.xplus.com）上发行的数字报共有261家，全部为Flash版（即多媒体

¹ 本文原载于《青年记者》2007年10月（上）。

版)。

据我在方正阿帕比技术有限公司的数字报刊平台“爱读爱看”网站(www.idoican.com.cn)上查询,其发行的全国各地的数字报已达到 142 家。

(二) 数字报的形态

一个新事物出现后,有不同的称谓是不奇怪的。由于学界和业界并未在概念上严格界定,因此目前有关在互联网上报纸形态的称谓,主要有三种:“电子报”、“网络报”、“数字报”,当然在不同技术阶段其具体形态有所不同。

从底层技术的角度看,不论其称谓,目前大多数字报的形态是基于 PDF 版的 Flash 形态。

PDF (Post Document File) 系页面语言文档格式。PDF 如同其他文件格式一样,可以在不同介质上保存或传播。如既可以存放在磁盘中,也可以刻录在光盘上,更可以通过互联网传送和在网站中展现。PDF 格式为书报刊在印前生成的最终数字文件格式,其最主要特点是,能够呈现印刷版的原版原式。国内报纸媒体网站推出 PDF 版的时间大约在 1999 年,2001 年以后出现较快发展,当时也算是报纸在网络传播中的一个新形态,有的称其为“宽带报纸”。随着网络技术的发展,原来静止、单调的 PDF 版显然已不能满足读者的需求,于是融入多媒体信息,以更加丰富的表现形态来展现成为可能。在这一形态中,PDF 版仍然是基础,因为报纸版面的形成是报纸编辑人员的创造性劳动,版面语言含有相当丰富的信息和明确

诉求,是网页格式不能代替的。尽管在网上,仍然有相当多的网民读者希望看到一张“原汁原味”的报纸。因此,大多数报社上线的多媒体数字报依然保持了 PDF 版的格式。

多媒体数字报的形态实际上是紧随多媒体网络杂志(或称数字杂志、电子杂志)而发展来的。

2005 年,国内互联网进入 Web 2.0 阶段。它与一系列新的技术和应用紧密相关。其中一个重要的应用是新型网络杂志。我在 2006 年写了一篇短文《新型网络杂志之我见》,指出电子杂志等称谓过于笼统涵盖面过宽,如电子邮件报刊也可称“电子杂志”;单称“网络杂志”,对新形态与旧形态又未加区别。因此我对新型网络杂志定名为:互动多媒体网络杂志。这一称谓集中反映了它的特性:一是以文字、图片、Flash、音频、视频、3D 等多媒体信息为表现形态;二是实现了阅读者通过界面与编者、广告商及其他读者等多方面的互动;三是以互联网络为主要传播途径(读者可在线阅读、下载阅读,服务平台则提供阅读器软件并以 P2P 方式定期发送)。最先进



人这一领域的新闻网站，是南方网于 2005 年 8 月创刊的《物志》。也就是说，网站完全可以借助新型网络杂志的形态进行内容和形式的原创。今天一些数字报的形式，可不以 PDF 版的版式为基础，而是以网络杂志的表现形态来制作，只不过是以为出版周期，选择原报的重点内容重新编排，其表现特点是更加注重视觉传播效果。这类数字报的代表，如 2006 年 8 月 1 日中国宁波网（宁波日报报业集团网站）开通的《播报》，在形式上并非以纸报 PDF 版呈现，而在内容编排上更注重和突出多媒体展现。再如《南方都市报》数字报精华版也更注重运用大幅精彩照片讲究视觉传播效果。今年香港回归十周年之际，《南方都市报》于 6 月 29 日，出版了 48 个版的纪念特刊“《色·界》——对一座城市的影像解读”。与此同时，也策划制作了网络杂志形式的专题。这一成功的报网互动，尤其是数字报展现的独特魅力，给广大网民读者留下了深刻印象。

（三）数字报的经营

今天，数字报的制作、发行在技术上已不是难题。面临的最大问题是经营和效益。

由于数字报大多是免费在互联网上传播，而且时间几乎与纸报同步，报业人士难免都会提出这样两个问题：① 出版和发行数字报是否会影响纸报的发行；② 当作为“老”媒体的纸报的发行量和广告萎缩时，如何从数字报获得补偿，即取得在新媒体市场上应有的收益。

应该说，传统报业向数字新媒体领域拓展，目前最大的困惑是，原来期待能够在较短时间内取得较大经济收益的局面并未很快到来。有些项目技术手段固然可以实现，但内容增值的效果一时并不明显。这其中当然受很多因素制约。

新的技术不断开辟新的业务市场和新的经营市场。但新技术带来的新应用，能否形成足够大的市场规模，并能产生较大的经济收益，这仍然是一个具有挑战性的课题，需要在经营模式上进行不断摸索。夏鸿在和我谈到数字报的经营时，说技术提供商与合作报社已有以下几种思路和摸索实践：

（1）采取订阅收费。如温州日报报业集团开通的数字报（包括《温州日报》、《温州晚报》、《温州都市报》、《温州商报》），读者可选单份报纸，也可选任意组合成两份、三份、四份订阅。根据温州在外经商人员多、海外侨胞多的特点，通过一些营销推广手段，把遍布全国各地的温州商人和海外侨胞作为重点订阅用户来发展，

（2）降低纸报发行费。目前不少报纸在向边远地区发行时困难较大，如《舟山日报》向周围众多岛屿发行不仅费时，而且成本很高。如今有了数字报，便不再向

交通不便的小岛发行纸报，数字报不仅发行及时，且有数字报的订阅费，最重要的是每年可实实在在节省下大笔的发行费。一个思路是，今后在发行通畅的城市仍然要保住纸报的市场，而向周边特别是交通困难的地区则以数字报为主。

（3）与增值广告挂钩。在数字报的 PDF 版面上，有原封不动的静态广告，点击这些广告并不产生链接，因为广告商仅仅提供了纸报的广告费。如果广告商再向数字报交纳一定数额的广告费，在技术上便可嵌入链接，链接的内容不仅更加丰富，而且可以以多媒体来表现，甚至直接链接到该企业的呼叫中心（Call Center，又称“客户服务中心”），实现读者与企业的即时互动。

（4）与刊发新闻挂钩。报纸每天要发布大量新闻，但一受版面限制，二受新闻报道规则限制，故不能长篇大论也不能广告新闻。如报道同仁堂开医院的新闻顶多也就是百八十字。但如果上了数字报，点击这条新闻便可出现大量相关的信息，如医院坐堂大夫的专长、医院的地址地图、同仁堂品牌药品介绍等。也就是说，涉及新闻的企事业单位及各类组织交纳一定费用后，数字报便可提供技术支持，从而形成“硬新闻软营销”的局面。这当然需要后台相关数据库的支持。

（5）与网上拍卖挂钩。目前报社在日常运营中经常碰到的一个实际问题是不少企业不交纳广告现金，而是以实物来相抵。结果造成报社不少无用物品的堆存。目前网上拍卖是很热门的应用，通过数字报的形态可以较容易地实现拍卖，从而盘活报社的无用资产。

总之，随着数字报技术的发展和报社在实践应用中的摸索，新的赢利手段会不断出现。

（四）数字报与新媒体

全球报业近年来最重要的发展趋势，便是利用新的传播技术、新的传播介质和新的传播终端，积极努力地转变营运模式，进而扩大自身的影响力以及边际效益，在新的“泛媒体”的市场竞争格局中占据制高点。

现在，报界经常使用两个词：“报业数字化”和“数字报业”。我是这样看二者的关系：

报业数字化包括两个方面，一是利用数字技术改造本身传统的生产方式，包括印前、印刷、发行、管理等各个环节；二是利用数字技术重塑报纸出版业的行业边界和业务形态，推动多元传播格局下报纸出版方式和报业经营模式的转型。通常将后一方面，即报纸内容通过新的介质（如磁盘、光盘、电信网、广电网、互联网等）和新的终端（如计算机、手机、PDA、阅读器、显示屏等）进行传播的形态，称之为



“数字报业”。

2006 年 8 月，新闻出版总署在《全国报纸出版业“十一五”发展纲要（2006—2010）》中明确提出“数字报业”的战略，以及 8 月中国数字报业实验室的成立，是中国报业全面向数字领域迈进的标志性事件。数字报业实验室的宗旨是“以电子报纸为主要实验方向，以电子报纸为新型内容显示介质的主要突破口，以无线宽带技术为主要传播技术，以兼容的信息标准为内容制作和传播标准，建构数字化、网络化、一体化的新型报纸出版形态和运营环境。”2007 年 3 月，数字报业实验室在宁波会议上将报纸网站、手机报、多媒体数字报刊、数字化平台、手机二维码、电子商务、户外数字媒体、电子阅读器、移动采编系统等九大类数字报业项目为创新方向。在 2007 年 5 月底召开的“数字报业新技术现状与应用前景研讨会”上，确定了第一批 45 个数字报业创新项目。新闻出版总署传媒发展研究所执行所长、数字报业实验室冯玉明女士在讲话中提到，在初评的 71 个项目中，多媒体数字报刊占 16 项，在最后确定的 45 个项目中，多媒体数字报刊占 8 项，在九大类中数量均为最多。

目前基于网络平台的数字报在技术上应该说已经基本成熟。一些报业集团和报社在制

定自己的数字报业战略时，都将数字报明确纳入其中，如解放日报报业集团的 4 “i” 战略，包括：i-news（手机报）、i-mook（电子杂志）、i-paper（电子报纸）、i-street（公共新闻视频）。宁波日报报业集团提出的 4 个产品为：手机报、电子纸报、互动多媒体报、户外电子屏报。数字报目前主要还是通过网络平台传播，今后与电子纸阅读器结合，便可以实现随身随时随地阅读。

2008 年

网络媒体跻身主流媒体

2008 年底，中国网民规模达到 2.98 亿，普及率达到 22.6%（CNNIC 第 23 次统计数据）。按照一种传媒普及率达到 20% 以上才称得上是大众传媒的标准，中国网络媒体已达到这一标准。不仅是中国网民数量达标，中国网络媒体在汶川大地震、北京奥运会中发挥的巨大而独特的作用，也使它从边缘媒体跻身于主流媒体之列。

中国网络媒体成为主流媒体

年终之际，当我们对 2008 年中国网络传播和中国网络媒体的重要事件进行盘点时，首先需要从宏观的角度把握整体发展的特点。

回顾三年前，中国互联网的发展在 2005 年全面进入 Web 2.0 阶段，此后不仅各类 Web 2.0 网站风起云涌，而且新闻网站、门户网站亦全面开拓 Web 2.0 应用。当年，中国互联网发展的两个重要数据具有指标意义：截至 2005 年 6 月 30 日，中国网民总数突破一亿，达到 1.3 亿；宽带上网人数首次超过网民的一半，达到 5300 万人（中国互联网信息中心 CNNIC 第 16 次调查数据）。

到 2008 年，中国网民的数量及宽带用户的数量双双成为世界第一：截至 2008 年 6 月 30 日，中国网民达到 2.53 亿，宽带网民数达到 2.14 亿人，网民中接入宽带的比例已高达 84.7%（CNNIC 第 22 次调查数据）。

2008 年 9 月 10 日，韩国《朝鲜日报》中文网刊发的《Web 2.0 新强者——中国走在了美国前面》一文指出，2008 年中国已“正式成为 Web 2.0 强国”，成为“Web 2.0 新强者”，甚至“中国走在了美国前面”。该记者在这篇报道中写道：“通常人们认



为，与发达国家相比，中国在 IT 产业上是落后国家。但是在新一代的网络环境如网络游戏、网上社区、网络通讯等方面，中国凭借众多网友的积极参与和相互推动走在了发达国家的前面。”

中国网络媒体成为主流媒体的标志还在于，Web 1.0 和 Web 2.0 已全面、有机地融合在一起，这里的 Web 1.0 指的是网络媒体以自身具有公信力、影响力的平台进行的大众传播；这里的 Web 2.0 指的是网络媒体构建起了一个“参与式结构”，让广大网民能够轻而易举参与其中进行互动与沟通、贡献与分享等活动。中国网络媒体作为新闻和信息的传播者，各类网上服务的提供者，网民广泛参与的组织者，2008 年在平台创新、产品创新、策划创新三方面下大功夫，在一系列重大事件报道和主题宣传中使传播水平更上了一层楼，从而在整个传播格局中已无可置疑地成长为媒体巨人。

网络媒体成为党和政府与民众沟通的重要平台

中国网络媒体，特别是新闻网站担负着党和政府与民众沟通的重要平台的作用。在这方面，年内最有代表性的事例是：胡锦涛总书记于 6 月 20 日上午到人民日报社考察工作之际专门来到人民网，通过《强国论坛》同网友在线交流。胡锦涛说：“网友们提出的一些建议、意见，我们是非常关注的。我们强调以人为本、执政为民，因此做事情、做决策，都需要广泛听取人民群众的意见，集中人民群众的智慧。通过互联网来了解民情、汇聚民智，也是一个重要的渠道。”尽管胡锦涛与网友的对话时间短暂，但对执政党来说意义非同一般。说到底，这是一个善待互联网、善用互联网、善管互联网的关键问题。不仅广大网民纷纷叫好，而且新闻媒体也纷纷发表评论。胡锦涛总书记和温家宝总理的务实、亲民作风，深得网民的喜爱，于是形成了胡、温的“粉丝”，称为“什锦八宝饭”。9 月 4 日，人民网时政频道特别制作的“什锦八宝 Fans 圈”正式上线，成为 2008 年中国互联网的一道风景。

年内，一大批各级党政领导干部以各种方式与网民对话，其中包括中央政治局委员、广东省委书记汪洋和广东省省长黄华华于 2 月 3 日通过奥一网发布《致广东网民朋友的一封信》，邀网民“灌水”、“拍砖”，4 月 17 日上午汪洋又邀请 26 位网民进行面谈；中央政治局委员、上海市委书记俞正声于 11 月 6 日通过东方网与网民在线交流。在 2008 年提供省委书记与网民交流平台服务的新闻网站中，浙江在线的规模最大，从 11 月 13 日到 12 月 11 日期间，以省委书记赵洪祝为首的 10 位常委全部

上线。特别值得一提的是，株洲纪委书记杨平于5月14日实名在红网“株洲论坛”上发帖、回帖，成了第一位实名上网收集反腐举报信息的官员。为搭建各地党政领导与民众沟通交流的有效平台，人民网7月专门推出了“地方领导留言板”，为64位省委书记省长、800多位地市领导、近2000位县市领导开通了专署留言版，一些省委书记亲自回复网民留言。“网络问政”成为2008年中国政治生活中的一个新名词。

网络媒体在重大事件中发挥出的能量巨大

2008年，是中国历史上不平凡的一年。两会换届选举、南方冰雪冻灾、藏独分子闹事、奥运火炬境外传递受阻、四川汶川地震、北京奥运会残奥会举办、神舟七号发射，以及科学实践发展观学习和改革开放30年等接连不断的重大事件，推动着网络媒体一次次全力以赴做好报道。

在汶川大地震中的报道中，新华网于2008年5月12日14点46分发出快讯：“12日14时35分左右，北京地区明显感觉到有地震发生。”这是国家通讯社网站打破陈规发出的第一则地震报道，成为中国新闻媒体抗震救灾开放报道的先声。新闻网站、门户网站、专业网站以及各类Web 2.0网站，也都在最短时间内调动各种手段和资源打响了抗震救灾的报道战役。这是迄今为止中国网络媒体在灾难报道中规模最大、力度最强的一次展现。纵观整个报道，行动之迅速、手段之丰富、规模之宏大、创新之多样，配合之紧密，均达到前所未有的水平。中国媒体的抗震救灾报道始终本着以人为本、生命高于一切的理念，弘扬救死扶伤的人道主义普世价值观。网络媒体更是通过独特的功能，开设了网上捐款、网上义捐拍卖、寻亲、网民哀悼、网络公祭、关爱孤儿等诸多平台，让广大网民便捷地表达哀思和奉献爱心。众多网站不仅拿出显著的广告位刊登新闻和信息，而且不少网站的员工甚至高管赶赴灾区援助。最难忘的是在全国哀悼日（5月19日至21日）的三天中，中国网络媒体的页面颜色全部改换成黑灰色，游戏及各类娱乐频道停止了服务。

如在北京奥运会残奥会的报道中，中国网络媒体以出色的表现在奥运传播史上写下了新篇章。在长期精心的准备过程中，各家网络媒体制定了报道战略，建立了指挥体系，健全了组织架构、完善了运作流程，加强了技术支持系统。其中，奥运官网，人民网、新华网、央视网等新闻网站；新浪、搜狐、网易、腾讯等门户网站是奥运报道的三大主力。特别是搜狐拥有北京奥运会互联网内容服务赞助商的资格，



央视网拥有北京奥运会互联网与手机平台（中国大陆及澳门地区）独家转播权的资格，更是全力开拓网络传播所能达到的新境界。为营造奥运会的良好氛围，全国 190 多家具有新闻登载资质的网站共同主办了“我的奥运——亿万网友祝福北京奥运作品大赛”，从 5 月至 10 月历时近半年，共收到网友创作的文字、图片、DV、音频、Flash 等各类作品 50 余万件。可以看到，不论是重大事件中某一网站的报道，还是众多网站的联动报道，都会将 Web 1.0 的传播声势与 Web 2.0 的传播形态有机地结合在一起。

伴随网络传播的发展公民媒体的力量逐渐壮大

近年来，在传播领域，自媒体、私媒体、草根媒体、公民媒体、独立媒体、参与式媒体等概念不断出现，而实现“一人一媒体、所有人向所有人传播”局面的最主要手段的就是互联网的多种应用。以 Web 2.0 最主要的应用博客为例，据《2006 年中国博客调查报告》的数据显示，截至 2006 年 8 月底，注册博客数量为 3400 万。而据 CNNIC 第 22 次调查，截至 2008 年 6 月底，中国博客及个人空间数量已超过 1 亿。

从 2005 年博客大众化发展以来，不仅数量突飞猛进，而且它已成为不少网站的核心业务，博客也开始突显媒体性质，干预现实的力度在不断加大。如，2008 年 3 月 14 日藏独分子挑起严重暴力事件后，一些西方媒体进行歪曲或不实报道，一位 23 岁的青年饶谨于 3 月 20 日开通了一个域名为 anti-cnn.com（反 CNN）的个人网站，标题为：“西藏真相：西方媒体污蔑中国报道全记录”。4 月 18 日，英国路透社中文网刊登的一篇文章写道：中国人“需要意识到的是：你们已经成功了。由于你们在互联网上发表的大量言论，以及越来越多热心的外国博客们乐此不疲地把你们的言论翻译成外文，与全世界分享，西方世界这次空前地了解了中国人的想法。”又如，8 月 1 日凌晨，山西娄烦发生溃坝事件，造成重大死伤，这场事故开始被称为泥石流自然灾害所致。记者孙春龙在《瞭望东方周刊》上发文披露娄烦事故存在瞒报行为，属重大责任事故，但未能引起领导部门的关注。9 月 4 日，孙春龙在博客上发表《致山西省代省长王君的一封信》，9 月 17 日，温家宝总理和国务委员马凯在“有博客刊登举报信反映 8 月 1 日山西娄烦县山体滑坡事故瞒报死亡人数”上作出重要批示要求核查后，事故真相才由此浮出水面。10 月 29 日晚，当深圳海事局党组书记林嘉祥在酒楼发飙时，他绝没有想到互联网上 Web 1.0 与 Web 2.0 汇流的威力，从人肉搜索到评论抨击，从论坛声讨到博客谴责，在短短的时间内就使其身败名裂。正如网友

“策马入林”在自己的博客中所说：“每个人都是一羽话语蝴蝶，同频共振即可掀起舆论风暴。而互联网给了每个人一只麦克风，每个人都可以成为记者、作家、新闻发言人，蝴蝶又有了麦克风，更容易形成话语声浪、文化波涛。”

2008年是中国网络新闻环境更加开放的一年，管理部门不仅开放了对国内群体性突发事件的报道、评论，还在北京奥运会前开放了国外新闻媒体网站对境内的传播。

2008年接连发生突发社会事件，如杨佳袭警案、哈尔滨六警察致死一青年案、三鹿奶粉事件、抵制家乐福事件、一些城市的出租车司机罢运事件、贵州瓮安及云南孟连等地的大规模群体冲突事件等，使网民的表达更加活跃。社会深层次的矛盾和不同社会阶层的利益诉求在网络平台上展现，不同政治观点和社会思潮也借助网络平台激荡发酵，网络舆论的多样性、离散性、复杂性在2008年达到前所未有的程度。

网络视频的发展与管理成为业界的热点焦点

借北京奥运会的东风，网络视频的发展在今年取得飞快的发展。如央视网开设全部28个大项的直播频道，全程转播3800个小时的赛事，此外还提供5000个小时的奥运视频内容点播，这是四年前雅典奥运会网络转播规模的50倍。此外，央视网与九家商业网站、160多家广电系统网站、中央及地方新闻网站及北京奥组委官方网站和两家行动电信营运商（中国移动、中国联通）签署协议，组建了新媒体传播联盟，经由这个联盟囊括了国内九成以上的网站，不仅奥运视频的传播规模达到空前，而且在版权保护方面也取得了良好的效果。2008年11月13日下午，中共中央政治局常委李长春和中共中央政治局委员、书记处书记、中宣部部长刘云山，中共中央政治局委员、国务委员刘延东等领导到央视网进行了调研。李长春指出，要把办好网络电视台作为一项重要战略任务，加快建设体现国家水平，在国际上具有重要影响力的网络电视台，打造全国性网络视频节目播出平台，努力抢占网络电视发展的制高点。进入后奥运时代，门户网站也以空前的规模扩展网络视频业务，决心和力度犹如2005年拓展博客领域时的状况。

发展与管理相辅相成。2007年12月29日，国家广电总局和信息产业部联合发布《互联网视听节目服务管理规定》（56号令）。2008年新年过后，这一规定在业界引起了巨大反响，其中有关网站资质的第八条最令人关注：“申请从事互联网视听节



目服务的，应当同时具备以下条件：具备法人资格，为国有独资或国有控股单位，且在申请之日前三年内无违法违规记录。”由于国内大量视频网站有国外风险投资，因此能否取得《信息网络传播视听节目许可证》，成为民营视频网站心头的焦虑。在听取了业界的呼声后，2月3日，广电总局、信息产业部负责人以答记者问的形式明确，《规定》发布之前依法开办、无违法违规行为的互联网视听节目服务单位，可重新登记并继续从业。发放视听服务许可证，被业界视为广电总局加强视频网站行业管理的标志。广电总局一方面按规定分批颁发许可证，截至2008年12月，共有近290家网站获得了视频牌照；另一方面，加大监管力度，先后于3月20日、5月19日、10月27日三次公布互联网视听节目服务抽查情况，对违规网站分别给予了责令停止服务或警告处罚。

建设文明、诚信的互联网依旧是业界的当务之急

在2008年的网络传播中，有两个事件必须提及：一是“艳照门事件”，二是“百度门事件”。

1月27日，香港艺人陈冠希与若干女星的淫秽照片在香港的讨论区中发布，立刻蔓延到内地网络。春节期间，内地众多网民被这一事件所娱乐，传播势头达到高潮。传播浪潮中风头最劲的是天涯社区内的相关讨论版块，其中最火的是1月28日在“娱乐八卦”讨论区，由署名“香港讨论”网民发出的“陈冠希和钟欣桐的上床照片！是不是真的呀？？（转载）”，在短短几天内形成了所谓的“天下第一高楼”。艳照的广泛传播再次对网络媒体所持的传播伦理提出诘问，对网民的法律意识和媒介素养提出诘问。

11月15日、16日，中央电视台《新闻30分》在节目中曝光百度在竞价排名搜索中存在严重的问题，不仅混淆了搜索内容与广告，扰乱了搜索引擎的公正性，还纵容了一些提供虚假信息的骗子网站。这种只顾商业利益而不顾社会利益的“营销行为”自然引起广大网民的愤怒和声讨。18日晚，百度CEO李彦宏以向员工发出公开信的方式，表示这次报道全面挖掘出百度所存在的问题，以及对百度品牌、用户、客户感情的伤害感到痛心疾首，表示了知错改错之意。

互联网业界发展中积淀的种种弊端，已严重影响到业界的声誉和公信力，因此，主管部门及时提出建设“实用可信、公平有序、守法自律、充满活力”的诚信互联网。2008年12月5日以“落实科学发展观、建设诚信互联网”为主题的第八届中国

网络媒体论坛在重庆举行。中宣部副部长、国务院新闻办公室主任王晨出席并发表主题演讲。他指出：“互联网的各种有效应用都必须建立在诚信的基础之上，随着我国网络媒体、互联网新技术新业务、互联网商务的快速发展，网络诚信建设问题日益迫切，中国互联网的前途在于诚信，互联网的健康发展依赖于诚信。”会上，全国百余家网站的代表签署了《建设诚信互联网宣言》。

为了不断提高文明办网水平，营造健康向上的网络环境，从 2008 年起开展一年一度的文明建设先进网站评选活动（由中国互联网协会互联网新闻信息服务工作委员会主办）。互联网违法和不良信息举报中心在 2008 年实行了以公开通报的方式进行表扬和谴责，先后发出 5 次公告，传播低俗内容的 14 家网站受到曝光和谴责。

人肉搜索引起社会广泛的关注和争议

“人肉搜索”是指利用人工参与来提纯搜索引擎所提供的信息的一种机制。广义的“人肉搜索”，是网友有问题希望得到解答，将问题在网上发布后，其他网友纷纷向其提供答案。狭义的“人肉搜索”，特指网民自发参与对某一人物、事件的背景资料和相关信息进行查证并在网上公布的机制。后者发端于 2001 年，但产生重大影响是从 2006 年的一些事件开始的，如当年 2 月的虐猫事件、4 月的铜须门事件、8 月的少年武校色情图片事件等。2007 年则有 5 月的北京海艺学校学生辱师事件、10 月的周正龙拍虎照事件、12 月的小学生“很黄很暴力”事件（后两事件延续至 2008 年）等。

2008 年“人肉搜索”之所以引起社会广泛关注和争议，与四方面的情况密切相关：① 出于各种目的发起的搜索事件众多、形态充分；② “人肉搜索第一案”（即 2008 年 3 月 18 日王菲以侵犯名誉权为由起诉张乐奕、北京凌云互动信息技术有限公司、海南天涯在线网络科技有限公司一案）的审理与判决；③ 8 月，在部分人大常委会组成人员在讨论刑法修正案时，朱志刚委员提出：为保护公民个人信息，需要追究“人肉搜索”者的刑事责任；④ 国内新闻媒体对各个事件的报道和评论，甚至连国外媒体都评论道，中国人肉搜索者的效率和热情让国际刑警都自叹不如。

关于“人肉搜索”的为善为恶、是天使还是魔鬼的争议对立而尖锐。支持者认为，人肉搜索汇集众人力量，可以在最短时间内还原事件真相，将现实社会中涉嫌违法、违纪，或不道德的人和事公开曝光，有利于公民行使监督权和批评权，也助于人们发现和弘扬现实中真善美的人和事。反对者认为，人肉搜索在很多情况下突



破了法律和道德底线，大肆侵犯他人名誉权和隐私权，对当事人使用谩骂、污蔑等语言暴力，并导致线下对当事人的骚扰、人身威胁，甚至殃及家人和亲属，由于其具有搜索主体的不确定性和搜索对象的随意性等显著特点，一旦被滥用，很容易产生误导公众及侵犯他人合法权益等不良后果。2008 年 12 月 18 日，北京市朝阳区人民法院对“人肉搜索第一案”做出了原告胜诉的一审判决，然而对“人肉搜索”争论并未停止，同时引发相关业界的专业人士进行更深入的分析与评判。

下一代互联网、无线城市、3G 等项建设顺利推进

互联网新技术引领互联网新应用，网络建设更是涉及整体和长久的基础工程。年内，下一代互联网、无线城市、3G 等项重大建设或取得阶段性成果，或开始启动。

12 月 3 日，“中国下一代互联网示范工程（CNGI）”在北京举行阶段总结和成果汇报大会，标志着经过五年的建设，中国下一代互联网已初具规模。CNGI 建成中国教育与科研计算机网（CERNET2）、中国电信、中国网通、中国移动、中国联通、中国铁通等六大核心网，北京和上海两个国际交换中心，以及全网建成 22 个城市 59 个节点，覆盖 30 多个城市、100 多万用户。中国以 IPv6 路由器为代表的关键技术及设备产业化初成规模，以真实源地址认证等为代表的科研成果为国际首创，这些均为中国参与全球下一代互联网产业竞争奠定了坚实基础。当北京奥运会来临之际，奥运会官方网站的 IPv6 网站（ipv6.beijing2008.cn）于 5 月 30 日正式开通，让全球的 IPv6 用户首次通过中国下一代互联网享受到了北京奥运会的全方位信息服务。

2008 年也是国内的“无线城市”建设如火如荼展开的一年。所谓无线城市，就是在整个城市的范围内实现无线网络的覆盖和服务，提供随时随地接入和速度更快的无线网络。以北京、上海、广州三大城市为首，包括天津、南京、武汉、杭州、深圳、青岛、扬州等城市在内，根据大覆盖、移动性及对数据容量的需求，主要以 Wi-Fi 技术来实施“无线城市”的构建。

如今，影响力最大的新媒体形态，当数网络媒体与屏幕在 7 英寸以内的移动媒体，后者又以手机媒体为主，截至 2008 年 7 月底，我国手机用户已突破 6 亿；至 6 月底，手机上网网民达到 7305 万人，手机上网比例也已达到 28.9%（CNNIC 第 22 次调查数据）。奥运会期间，中移动提供 3G（TD—SCDMA）手机试商用，提供包括无线宽带上网、奥运手机电视等 6 项特色服务。12 月 12 日，工业和信息化部宣称，2008 年底或者 2009 年初将发放 3G 牌照。”奥运会期间，广电系统开始提供“中国移

动多媒体广播”(CMMB)试服务,用户利用手机或其他移动终端便可免费接收7个电视频道和2个广播频道。奥运会后,广电总局也就CMMB的发展进行了战略布局。此外,科技部和国家广电总局于12月4日签署《国家高性能宽带信息网暨中国下一代广播电视网自主创新合作协议书》,标志着中国完全自主知识产权的“高性能宽带信息网(3TNet)”正式启动大规模应用建设。

2008年中国网络媒体与网络传播十大事件

- 6月20日,胡锦涛总书记上午到人民日报社考察工作之际专门来到人民网,通过《强国论坛》同网友在线交流。
- 全国190多家具有新闻登载资质的网站共同主办了“我的奥运——亿万网友祝福北京奥运作品大赛”,
- 5月12日,汶川大地震发生后,互联网界立刻行动起来,在灾情报道和整个救灾行动中发挥了巨大作用。
- 1月27日,香港艺人陈冠希与若干女星的淫秽照片在香港的讨论区中发布,立刻蔓延到内地网络,形成影响极为恶劣的“艳照门”事件。
- 3月20日,anti-cnn.com(反CNN)网站开通,专门揭露西方媒体歪曲事实的报道。
- 7月,人民网推出“地方领导留言板”,大力推进中央各部门和地方政府的“网络问政”。
- 8月,中国网络媒体在北京奥运会(第29届夏季奥林匹克运动会)和随后的残奥会的报道中发挥重大作用。
- 11月15、16日,中央电视台《新闻30分》在节目中曝光百度在竞价排名搜索中存在严重的问题。
- 12月3日,“中国下一代互联网示范工程(CNGI)”在北京举行阶段总结和成果汇报大会,标志着经过五年的建设,中国下一代互联网已初具规模。
- 12月18日,北京市朝阳区人民法院对“人肉搜索第一案”(即2008年3月18日王菲以侵犯名誉权为由起诉张乐奕、北京凌云互动信息技术有限公司、海南天涯在线网络科技有限公司一案)做出判决。



延伸阅读：对中国网络民族主义的观察、分析——以中日、中韩关系为对象¹

网络民族主义是近年来中国现实政治通过互联网传播平台展现出的一个显著现象。本文试图通过对发生在中日、中韩间的一系列网络事件的观察，分析中国网络民族主义的形成及特点。文章指出，形成中日民族主义冲突的原因，主要由于历史问题和现实政治的摩擦，而今年以来中国网民表现出的“反韩”、“厌韩”情绪高涨表明，文化因素亦是导致民族主义冲突的重要成因。文章指出，网络民族主义是一柄双刃剑，因此，随着中国的崛起，中国网民应更加成熟，不要随意玩弄民族主义；中国网络媒体在进行报道时，应确保新闻事实准确无误，并坚持正确的评论立场以引导舆论，绝不挑逗和操弄民族主义。

近年来，中国互联网上的民族主义呈现日益高涨的局面，不论是在舆论形成方面，还是在推动民众在现实中采取行动方面，都达到令中国政府和对象国政府、媒体及民众高度关注的程度。我在 2004 年 5 月发表的论文《中国互联网上的民意表达》（提交 5 月在南京召开的首届中国网络传播学年会）中，指出中国网络舆论的指向有两个鲜明的特征，就是对外呈现民族主义，对内呈现批判现实主义，而“对网络民族主义和网络批判现实主义这两种倾向、表现形态以及与其他因素的关系进行深入的分析研究，是网络传播研究者的一个长久课题。”

中国与日本、韩国同处东亚，不仅相互间是近邻，有着长久的历史交往，而且今天同在地区和国际事务中发挥着各自重要的作用，因此，任何一方都将对方置于十分重要的位置来考虑和处理双边关系。近年来发生在中、日、韩网络上的一系列事件，让我们看到：一方面，中日、中韩关系的好坏以及涉及双边关系的重要事件决定了网络民族主义的发生和强度；另一方面，中日、中韩间关系关系的发展与正常交往，也常受到网络民族主义的干扰，如近来中国网民强烈的“反韩”、“厌韩”情绪的表达，便是值得关注的新现象。

本文试图通过对发生在中日、中韩间一系列网络事件的观察，分析中国网络民族主义的形成、特点，以及在对日、对韩上表现出的差异，从而描绘出当代中国具有代表性的一种网络现象和一种社会政治现象的轮廓。

1 本文原载于《中国网络传播研究》第三辑，浙江大学出版社 2009 年 9 月出版。



中国网络民族主义的兴起及研究观点

（一）中国网络民族主义的兴起

刘军宁在《民族主义四面观》一文中指出：民族主义“强调特定民族的具体文化传统的殊别性，强调民族利益至上，保护和传承其民族的固有文化传统和疆界的完整。”他根据民族主义在现实中的体现，更明确地说道：“民族主义与其说是一种政治学说、意识形态，不如说是一种情绪，或者说是一种情绪化的意识形态，是影响过当今所有重要意识形态的意识形态。”¹

自从帝国主义列强侵入中国以来，强烈的民族主义一直是中国人民共有的情绪。尽管今天已进入全球化时代，但任何一个国家在处理国际问题或国与国双边关系时，都必然把国家利益和民族利益放在第一位，我们可以发现当今依然是民族主义高扬的时代，因此中国也不会例外。1996 年《中国可以说不》的畅销，表明了民族主义在中国大陆民间的全面升温。随着中国总体实力和国际竞争力的进一步增长，中华民族的自尊心得到极大的提高，与此同时，一些国家对中国的迅速崛起表现出不安，由于各种原因（如历史问题、主权问题、经贸问题、文化问题等）与中国的冲突和摩擦持续不断，因而刺激了中国民族主义的高涨，形成的舆论往往通过网络最集中地表现出来。

由于民族主义不依赖繁琐理论，最能抓住普通民众的心，当它在当代一旦与草根表达、快速传播的互联网相结合，无疑便成为一种天然“绝配”，大大增添了民族主义的扩张力和能量。故在我看来，民族主义与互联网结合而生成的“网络民族主义”可以双向定义：（1）基于互联网传播的民族主义言论、情绪和思潮；（2）表达、鼓动民族主义情绪，制造、扩散民族主义舆论，并在某些情况下推动现实行动以达到预期目的网络传播行为。

2003 年国内国际一系列重大事件在中国互联网上掀起轩然大波，因此当年被视为“网络舆论年”。其中，在中日关系上，接连发生的以下事件使中国网民的“反日”情绪达到高潮：2003 年 6 月，国内民间组织为宣示主权首次发起登上钓鱼岛活动遭到日方强力阻挠；8 月，京沪高速铁路技术方案计划使用日本技术；8 月 4 日，齐齐哈尔发生侵华日军遗留毒气弹伤害中国民众；9 月 18 日（这一天被中国人视为“国耻日”），日本游客集体赴珠海嫖娼；10 月 29 日，西北大学日本留学生在演出时丑化中国。这些事件引起中国网民的强烈反响，甚至导致民众上街举行抗议行动。于是

1 刘军宁，《民族主义四面观》，载刘军宁的博客专栏，2008 年 5 月 12 日。<http://www.blogchina.com/20080512529582.html>



新闻媒体敏感捕捉到网上出现的这一股强势思潮，“网络民族主义”这一概念应运而生，并成为一些媒体报道及学者评论文章的标题。如当时的代表作有：《国际先驱导报》刊发的报道、文章《网络民族主义发轫 百万签名递交日本驻华大使馆》（记者：韩轩，2003 年 09 月 19 日）、《网络民族主义掀开中国民族主义新篇章》（作者：李慕瑾，2003 年 9 月 23 日）、《南风窗》刊发的文章《近看中国正在掀起的网络民族主义》（作者：杨锦麟，2003 年 10 月 16 日）等。特别是，毒气伤人事件发生后，“爱国者同盟”等 7 网站立即发起“对日索赔百万网民签名活动”，并于 9 月 18 日把对日索赔《联合声明》和打印出的 4000 多页百万网民签名递交给日本驻华大使馆，借助网络的力量成功地在外交领域直接表达了中国民意。《国际先驱导报》的评论指出：“在中国民众参与权不断提升的今天，（网络民族主义）势必会对政府决策产生一定程度的影响。”¹因此，从 2003 年起，“网络民族主义”便成为观察中国对外关系的一个重要风向标，国际上，特别是当事国对中国网络民族主义的指向及走向，便成为高度关注的对象。

（二）有关中国网络民族主义的观点

王军在《试析当代中国的网络民族主义》一文中指出，有关中国网络民族主义有四种典型观点。“观点一，网络民族主义主要表现为较消极的层面。这种观点将网络民族主义界定为狭隘的民族主义，特别是‘愤青’在网络上极端的言论。这是一种相当流行的观点。观点二，网络民族主义表现为较积极的层面。这种观点将网络民族主义界定为一种爱国主义行为，即以网络为平台的爱国主义和反对狭隘民族主义的言论和行动。此观点往往是因应第一种观点而产生的。观点三，网络民族主义是一种新的社会现象——在网络上宣泄民族主义情绪，进而描述其积极和消极影响。观点四，‘网络民族主义’是‘网络+民族主义’的有机结合，是民族主义思潮在网络时代的最新表现，民族主义思潮在网络中获得了充分的表达平台，从而获得表达途径与相关目标的实现。这种观点只强调网络民族主义的表达特征，并不对网络民族主义做价值判断，只进行现象描述。”²

国内学术界在评价网络民族主义时，时常发生不同观点的交锋。如 2005 年 2 月 22 日，人民网刊登清华大学刘江永教授的文章《谈中日政治关系冷淡的九大症结》，其中一个观点认为“就中国而言，国力毕竟远未达到美国的程度，对日‘情绪化’

1 韩轩，《网络民族主义发轫 百万签名递交日本驻华大使馆》，载于 2003 年 09 月 19 日《国际先驱导报》。

2 王军，《试析当代中国的网络民族主义》，提交 2006 年第一届中国社会学博士后论坛论文。

和‘理想化’均无助于中日关系的改善。”随后作者对“网络民族主义”和“对日新思维”各打五十大板，5月24日，署名“观沧海”的作者随即在“国际在线”（中国国际广播电台网站）发表《驳刘江永“网络民族主义”观》一文，文章指出刘文“实际是将‘网络民族主义’等同于狭隘民族主义了，可网络上难道只有狭隘的民族主义吗？这恐怕是对许多出于朴素的情感或本着理性、客观态度，在网络媒体表达或倾诉民族主义者所不能接受的。”“网络民族主义”是一种朴素的爱国思想，虽然可能在发生发展过程中起到一点破坏作用，但远没有日本某些既定方针政策更伤人害人。‘网络民族主义’的作用，更多的是积极地表达了民间的感情，体现了朴素的民意，形成了内部的团结。”

在我看来，中国网络民族主义的多种表现状况往往是交织在一起的。如即使在同一事件中，有的网络言论表现出极端、狂热、偏执，有的网络言论则表现出客观、冷静、理性。又如，尽管在使用“网络民族主义”概念时，多少都带有一些贬义，使用“网络爱国主义”的表述时具有褒义，但在很多情况和事件中，网络民族主义与网络爱国主义又是可以画等号的。如针对外国侵犯中国主权、损害中国利益的事件，如针对国外反华势力支持台独、藏独、疆独分裂活动的事件，当中国最广大网民为维护国家主权、利益和尊严而发自内心的表达时，这种情况下更准确的概括应为“网络爱国主义”。至于在现象观察、问题研究时，我则十分赞同王军文章中提及的第四个观点。

中日、中韩关系中的民族主义冲突及在互联网上的呈现

（一）中日、中韩民族主义冲突的成因

民族主义既然是在国家涉外事务时发生的，因此，国与国关系的好坏是民族主义产生与否的大环境。形成中日、中韩民族主义冲突，主要有两个成因：一是历史问题，二是现实问题。

众所周知，历史问题始终是中日关系中的症结，由于日本侵华战争对中国造成的灾难，中国民间普遍存在的仇恨情绪是不难理解的。长期以来且时至今日，普通中国民众谈及日本和日本人时，“小日本”、“日本鬼子”的蔑称常脱口而出，便是例证。因此日本首相和政要参拜靖国神社、修改教科书、否定南京大屠杀、不理睬中国劳工、慰安妇的索赔要求等事件，必然会一次次挑起中国民众的愤慨。中韩之间没有历史问题的沉重包袱，两国建交后关系始终良好。朝鲜半岛曾遭受日本的殖民统治，由于相同的历史经历，中国网民甚至非常欣赏和佩服韩国民众对日表现出的强烈的民族主义。然而由于历史原因，中国对朝鲜人、韩国人也有“高丽棒子”的



蔑称，其来源之一据说是“日本在吞并韩半岛之后，通过满洲地区向中国发动侵略，而部分韩国人（当时国号为“大韩帝国”）则作为日本的傀儡手里拿着棍棒欺负中国人。中国人当时把日本侵略军称为“日本鬼子”，把日本的傀儡——韩国人称为“二鬼子”。考虑到这一点，我们可以认为“高丽棒子”的词源与其是有一定关联的。”¹历史的因素随时会在现实问题中发酵，这是民族主义的特点之一。

在现实问题方面，主权之争往往是引爆民族主义的导火索。如中日间有钓鱼岛争端，有大陆架（东海油气田）归属争端等。中韩之间，本来没有领土争端，但近年也出现了一些问题，如 2007 年 1 月 31 日，在长春举行的第六届亚洲冬季运动会女子 3000 米短道速滑接力赛的颁奖仪式上，获得亚军的韩国队的 5 名运动员突然打出“白头山是我们的领土”标语（临时用 7 张 A4 纸写就），引起舆论大哗。“领土问题是一个最容易激起民族感情的事情，也是最需要理性判断的事情。因为族属和血缘，你的立场有可能事先就被预制了。由此导致的非理性行为，有时候会酿成巨大的灾难。”²此外，在双边交往的各个领域中，任何带有辱华意味的事件，如 2003 年 12 月发生的丰田霸道车石狮敬礼广告事件等，随时会引发中国网民的愤慨情绪。甚至国内被视为丧失民族气节的媚日事件，如 2001 年 12 月演员赵薇身穿日本军旗装、2002 年马立诚提出“对日新思维”等事件，也同样不会为大多数中国网民容忍和接受。当然，双边关系中的一个积极事件也会产生良好影响，如汶川大地震后，日本救援队及时赶到现场，他们在救援中对中国死难者的尊重，便赢得了中国网民的高度评价。相反，韩国部分网民在汶川地震后发表的幸灾乐祸的言论，则引起中国网民的极度愤慨。尤其是韩国 SBS 电视台在北京奥运会开幕前，将开幕式彩排细节公开播出，更是被中国网民视为不守诚信的卑鄙之举。在观察网络传播的状况时，我们可以发现一个个具体事件往往是促成网络民族主义陡然高涨的重要因素，尽管随着事件的解决，相关的舆论会减弱、消失，但对网民的认知产生的影响则长久存在，因为网民会“点点滴滴记心头”，这种“累积效应”又会在下一个事件发生时显现出来。

（二）文化因素引发中国网络民族主义

以往引爆中国网络民族主义的因素，主要是政治因素。但是今年以来，中国网民表现出的“反韩情绪”、“厌韩情绪”表明，即使两国关系总体上是良好的，但也

1 刘光钟（中国研究所副所长），《高丽棒》，载于韩国《中央日报》中文网，2008 年 8 月 28 日。

2 杨浪，《图说 长白山天池是谁的？》，载于杨浪的博客，2007 年 2 月 20 日。<http://yanglang.blshe.com/post/41/20506>

会基于文化的因素导致网络民族主义的高涨。近来出现的“反韩”、“厌韩”情绪，不仅只是在中国大陆，而且包括香港和台湾，可说是全球华文网络不约而同的相互呼应，这显然只能从民族认同、文化认同的角度加以解释。

近期，中国网络乃至全球华文网络上的“反韩”、“厌韩”情绪表达，根源在于文化之争。中、日、韩在历史上均属汉字文化圈和儒教文化圈，这里所说的文化之争，不是指不同文化之争，而是指文化发源、文化成果及技术发明权“第一”之争。

20世纪中后期，韩国经济起飞后，在国际社会上的影响力大增，这就使它急于树立本民族文化的主体性，包括韩国政府1970年下令取消汉字使用、2005年将首都名称“汉城”更名为“首尔”这样的大动作，都是这一心态的反映。中国历史悠久，古代文明灿烂，被视为日、韩两国的母体文明，中国人自然对日、韩有一种文化上的优越感。因此，近年来因文化因素而导致中、韩关系中出现麻烦，实质是两国各自民族主义的一次碰撞。这种碰撞当然不是一天、两天，更不是一件事、两件事。如韩国早在20世纪60年代就提出韩国是古代雕版印刷的发源地，2004年又对高句丽王国的历史定位提出了强硬的挑战，2007年在新编初、高中韩国史教科书中把朝鲜半岛青铜器时代的起始时间提前了1000年。尽管“韩流”强劲，韩国影视剧在中国也很受欢迎，但韩国影视剧中涉及中、韩历史时进行歪曲、篡改的情节也不少见，最甚者是2007年韩国MBC电视台摄制的电视连续剧《朱蒙》，主题明显是借高句丽问题将矛头直指中国。近年来，韩国不少历史影视作品给中国民众留下的一个印象是，原本是从中国传到韩国的东西，怎么成了韩国发明的。2005年韩国把江陵端午节申报为联合国教科文组织的世界遗产一事，也极大刺激了中国民众。

在涉及国家主权、民族利益等问题时，网民往往采取铺天盖地的激烈对抗动作，如签名、上街等，而涉及文化摩擦等层面的问题时，网民则往往通过“温和”的手段来“搞臭”对方，如恶搞、谣言等，显示出不同情况采取不同斗争方式的特点。由于中、韩两国关系总体始终良好，因此两国网民的一次次摩擦，没有发展成具有震动性的网络大事件，中国网民更多地是以“恶搞”的形式贬损对方。于是中国四大发明成为韩国发明的帖子、中国历史名人如老子、孔子、孙中山等人都具有韩国血统的帖子在内地、港台乃至海外华文网络上广为流传。一些新闻媒体和网络媒体对上述恶搞帖子未加辨别便转而报道，结果形成了影响广泛而后果恶劣的假新闻。如，6月1日，台湾《中国时报》刊发了《韩国人称释迦牟尼是韩国人》的报道，文中写道：“韩国的文化扩张活动又有新发展。继把说老子、孔子说成是韩国人，韩国现在又说释迦牟尼是韩国人。”7月31日《新快报》（羊城晚报报业集团）国际新闻社会版头条报道：“韩国《朝鲜日报》报道孙中山是韩国人”。8月17日，美国泳将



菲尔普斯夺得第 8 枚金牌，成为北京奥运会上最瞩目的明星，东北网于当天便刊发了一则报道《告诉你一个小秘密，菲尔普斯其实有韩国血统》。

中国网络民族主义的表现形态

（一）表达情绪

当两国关系中发生冲突和摩擦事件时，网民的情绪表达是网络民族主义最重要的形态。在中国近期出现的“反韩”、“厌韩”氛围中，一个网民的帖子很具代表性：“说到底，小小韩国是中国以前的藩属国，要想让中国人彻底尊敬它是不可能的。韩国对于中国来说不值一提，没有了韩国对中国毫无影响。各位如果看到望京、威海、青岛和张家界的韩国游民以及各开发区韩国企业如何对待中国人的态度，就知道他们有多可恶和可笑。这以前的属国目前的嚣张实在是让人不能容忍的。由此看来中国人的厌韩情绪是再自然不过。”（帖子提交者：nearthepark，载猫眼看人·凯迪网络，2008 年 8 月 30 日，16:05:06）。中国网民在情绪表达时，除了文字使用蔑称、脏话进行谩骂等发泄外，还使用合成（PS）图片及音频、视频等手段进行讥讽恶搞。如中国网民针对韩国运动员在亚冬会上打出“白头山是我们的领土”照片，立即利用 PS 技术进行“恶搞”，我搜集到的就有 20 多幅，其中将标语改为“为人民服务”、“火星也是我们的”、“韩国人真的很贱”、“忽悠，接着忽悠”、“高丽是中国属国”等，不一而足。

（二）制造舆论

不论是情绪表达，还是观点表达，论坛（BBS）、新闻跟帖、贴吧等是供网民使用的最重要表达平台，也是网络舆论快速形成、能量集中最重要的“公共场所”。值得注意的是，近来中国网民频频制造和散布谣言，成为大造舆论恶搞韩国的一种新手法。谣言通常盗用新闻媒体和相关机构、专家的名义，以增加其可信度。如“孙中山有韩国血统”的网络谣言，是盗用韩国《朝鲜日报》的名义，而文中的“韩国成均馆大学历史学系教授朴芬庆”，完全是为了取信受众而造出来的，成均馆大学根本就没有朴芬庆这个教授，历史系也从来没有人写过这方面的论文。再如，9 月又一则耸动的帖子在中国网站上流传，源头为一名网民于 9 月 12 日在中华网上发了《韩国要对中国开战，太狂妄了》的文章，此人自称内容援引香港大公网（《大公报》网站），称：“韩国民意调查结果显示，83%的韩国人希望与中国开战。”事实上，韩国根本就不曾有过上述的民意调查，当然也不会有相关报道。

（三）组织游行

互联网可以提供给民族主义者一个组织、协调的平台，如果没有互联网作为沟

通渠道，这些组织和活动根本没有条件和空间运作和发展。互联网及手机等新媒体，如今不仅仅是新闻信息的传播者、不同意见的表达者，而且已成为集体行动的组织者。如，2005年4月在中国多个城市举行的反日游行示威，便是最有代表性的例证。2月28日，美国多个华人团体率先发动反对日本成为安理会常任理事国的“百万人全球签名”活动。随着3月中旬内地众多网站的加入，才真正成为一场声势浩大的签名活动，人数很快突破4千万。与此同时，抵制日货等动员信息也通过网络、手机广为传播。时至4月初，各种因素已造成部分民众的情绪处在“箭在弦上”的状态，一旦有人号召和带头便会走上街头。如果回顾一下中国国内由涉外因素而造成的游行事件，可以看到传播手段的发展和普及在其中发挥了极其重要的作用，网站、论坛（BBS）、QQ群组、电子邮件、手机短信等手段的复合使用，使点对点、点对多点的通讯及信息传送能够迅速扩展为多点对多点、多点到面的信息传播，产生出一呼百应的动员组织效果。

（四）黑客攻击

黑客攻击是违法行为，但当两国关系发生冲突和摩擦时，网民往往还是会采取这一极端行为。从20世纪末到21世纪初，中国黑客对外发起的群体性攻击先后发生过六次，其中两次涉及对日攻击。一次是在2000年1月，起因为日本右翼在大阪集会否定南京大屠杀；一次是在2001年2、3月间，起因为中日两国关系间的一系列摩擦，如三菱车事件、日航事件、教科书事件、《台湾论》事件、小泉首相参拜靖国神社等。从这六次攻击看，中国黑客都是在当时政治事件的背景下，基于爱国主义和民族主义情怀的一种反应，为此，他们也自称为“红客”，以示区别于一般的黑客（详见笔者2005年所写的《告别中国黑客的激情年代——写在“中国红客联盟”解散之际》一文）。尽管后来中国黑客大规模的对外群体性攻击没有再出现，但一遇到刺激中国网络民族主义者的事件发生时，黑客攻击仍难免不会发生。2004年7月，韩国媒体报道，“通过中国大陆、台湾、香港等地企图进行黑客袭击的事件日益剧增。截至今年上半年，接到报案的源于中国大陆的企图进行黑客袭击的事件是去年一年的17倍”¹。同样，怀有民族主义情绪的韩国网民，也对中国的网站进行黑客攻击，据韩国媒体报道，国学院和国学运动市民联合会于2004年7月27日通过各门户网站呼吁网民29日对中国一些重要网站发起群体性攻击，行动名称为“e-click运动”，

1 金起弘，《来自中华地区的黑客入侵事件剧增》，载于韩国《朝鲜日报》中文网，2004年7月16日。



目的是“把中国掠夺我国历史的野蛮行为公诸于世”¹。



中国网络民族主义的影响

（一）对两国关系的影响

网络传播是无国界传播，因此网络民族主义的不当言论必然会破坏两国和两国人民间的相互信任、和谐交往。近年来，中国网络民族主义的发展令日、韩感到忧虑。如 2003 年 12 月 30 日，日本《产经新闻》刊登的一篇文章《日中关系出现新现象》中写道：“在中国的互联网上，反日网站在迅速增加。从大型反日网站“爱国者同盟网”扩展出来的链接包括主页在内就有 70 多个。他们通过在官方网站上有组织地发表评论，已经对官方媒体的论调和中国的对日外交政策产生不可忽视的影响力。大部分的中国反日网页都是最近两年才建立的，从公开的会员数量推测，“经常性会员”大概有 10 万人左右”（载于《参考消息》2003 年 12 月 31 日第 8 版）。又如 2008 年 8 月 20 日，韩国《朝鲜日报》中文网刊发了记者李光会所写的报道《中媒又造谣：韩国主张菲尔普斯有韩国血统》。文章最后说：“把奥运会游泳八冠王菲尔普斯都主张成拥有韩国血统，韩国人是在全世界范围内歪曲历史的不知廉耻的民族，该报道的目的应该就是为了损毁韩国在国际上的形象。”韩国《中央日报》基于“最近在中国国内，通过互联网的反韩、嫌韩情绪正在迅速扩大，为了探寻中国国内反韩情绪的原因及其对策，本报以 103 名居住在中国的韩国人为调查对象展开了一项紧急问卷调查。其结果显示，约 68% 的被调查者认为“‘反韩情绪正在超出网络而逐渐向整个中国社会蔓延’，约 60.2% 的被调查者认为‘如果不及时间化解，反韩情绪将会持续很长一段时间’”。²韩国媒体指出：“随着中国人的反韩情绪为韩国人所知，韩国国内盲目的反中舆论也随之扩散。NAVER、DAUM 等门户网站上出现了数十个反中国站点，会员人数正在不断增加。如果这种形势继续的话，中韩两国人民之间的情感上的裂痕会加深。”³

（二）中国政府与网络民族主义

人们在评述互联网的正面和负面作用时，最常见的是将其比喻为“双刃剑”。网络民族主义也是如此。外国新闻媒体在对中国网络民族主义进行观察时，始终非常

1 《韩国网民计划攻击中国主要网站以抗议歪曲高句丽史》，载于韩国《朝鲜日报》中文网，2004 年 7 月 28 日。

2 记者刘光钟、驻北京记者张世政/郑镛桓、中国研究所研究员申庚振，《以谦虚和温情来化解中国的反韩情绪》，载于韩国《中央日报》中文网，2008 年 9 月 1 日。

3 《论所谓的“反韩情绪”与“反中情绪”》，载于韩国《中央日报》中文网，2008 年 9 月 3 日。

关注中国外交政策的执行及某一项具体谈判,是否受到网络民族主义的压力而有所改变;或是在中国与他国发生冲突或摩擦时,政府是否默许,乃至操纵网络民族主义。就我个人的观察,中国政府在国内民族主义情绪爆发时,需要提供释放这种情绪的渠道和空间,并在一些情况下对某些原有决策做出调整,如2003年网上展开了反对北京到上海的高速铁路采用日本新干线技术的签名行动,一周时间内就有约8万人签名,结果政府年内作出决定的计划因此搁浅。但从国家大局出发,政府更多考虑的是要防止极端情绪演变为极端事件,并对已露出苗头的事件进行有效的控制,不希望由此对两国关系带来大的损害,不希望由此对既定的外交政策产生进行改变,更不希望由此破坏国内社会的稳定。网络民族主义的过激言论,尤其是网民试图通过网络、手机等手段进行鼓动、组织集会、游行等活动,政府更是明令禁止。如2005年4月21日,公安部就部分地区发生涉日游行示威活动发表的讲话中明确指出:“未经公安机关批准,通过互联网和手机短信发起组织游行示威的,也是违法行为。希望广大群众和学生依法办事,不要参加未经批准的游行示威活动,也不要利用互联网和手机短信传播鼓动游行示威的信息”。新闻媒体也会在关键时刻进行正面舆论引导,要求民众要理性表达爱国主义。如2005年4月,当中国一些城市发生反日游行示威时,人民网于4月16日发表新闻评论《我们怎样表达爱国热情》(该文获得2006年第十六届中国新闻奖一等奖),及时进行了有力的网上舆论引导。在以后发生类似事件时,可以发现均采取了同样的处理模式。

结语

(一) 互联网的全球传播特性,使得任何一国网民的不当言论都会迅速被他国网民获知。因此,任何一国的网民发表言论都应理智、负责。随着中国的崛起,中国网民应更加成熟,避免为丑化他国制造网络谣言,避免动辄以蔑称、脏话进行辱骂,避免在他国发生灾难时表现幸灾乐祸(如2008年2月10日韩国第一号国宝崇礼门被烧毁后,中国网民发表的一些不当言论曾激起韩国网民的愤慨),不要随意玩弄民族主义。

(二) 将对内传播和对外传播融于一身的网络媒体如今在国际交流中扮演着重要角色,在加强不同国家民众间的相互理解和信任方面发挥着重要作用。因此在进行报道时,要确保新闻信息来源真实可靠,确保新闻事实准确无误,并坚持正确的评论立场以引导舆论,绝不挑逗和操弄民族主义,这也正是网络媒体专业素质的体现。2007年3月,国际在线(中国国际广播电台网站)创办了《中日网络对话》活动(该活动冬季对话《青年,中日友好的未来》获得2008年第十八届中国新闻奖一等奖),两国嘉宾分别在北京和东京两地进行对话,同时让两国网民也参与其中,共同探讨



中国网络媒体 20 年（1994—2014）

两国文化的异同及两国民众相处之道。这一创新的网络传播方式，为中国网络媒体界提供了有益的启示和宝贵的经验，显示了网络媒体发挥自身优势，对舆论的形成和引导更主动、更富建设性。

本文提交 2008 年新媒体传播学年会，2008 年 11 月 15、16 日在北京举行，本次年会主题为“融合、创新、变革”。

2009 年

微博客再为网络传播添利器

2009 年，互联网来到中国 15 年。

中国自 1994 年全功能接入互联网以来，整个产业始终保持高速发展的势头。这与改革开放的国策密切相关，与经济持续的快速增长密切相关，与充满活力的市场经济机制密切相关。尽管全球遭遇金融风暴的侵袭，众多国家经济状况持续低迷，但中国经济迅速企稳回升，使中国互联网亦呈现“风景这边独好”的态势。

纵观 2009 年的中国网络媒体与网络传播领域，最重要的新特征是：网络传播进入微博客阶段。

最重大的网络报道

新中国成立 60 周年的宣传报道无疑是 2009 年最重大的宣传报道战役。它既有前期多月的“预热”、“升温”，又有 10 月 1 日当天达到“沸点”的时刻。对中国网络媒体来说，这是一次传播实力和水平的全面检验。

在国庆的宣传报道中，具有新闻登载资质的近 200 家网站是报道的主力，尤其是中央重点新闻网站更是发挥着核心作用。10 月 1 日，人民网、新华网、央视网、中国网在天安门广场进行现场直播，发稿量巨大。新华网前后方报道人员 100 多人，从 10 月 1 日 0 时至 10 月 1 日 24 时，共播发中外文文字稿近 6300 余条、中英文图片 6000 余张、视频时长 2100 分钟。新华手机报的“大阅兵”号外，第一时间发送至 4200 万个手机用户。新华网全天网页浏览量达到 5.96 亿，参与新华网各种网上互动活动的网民超过 2000 万人次，流量峰值达到 100GB，约是平常的 9 倍。央视网在



国庆当天，与中央电视台同步直播庆典活动，向国内外网民提供了 11 个频道的视频直播入口，同时提供标清（380KB）和高清（700KB）的两种格式，当天页面浏览量达到 5.03 亿，在线同时观看人数达到 262 万人，手机电视访问量也创纪录地达到 691 万。在报道规模及策划创新方面，重点新闻网站亦达到新的高度。如人民网推出的《中国坐标》大型专题，以“盛世盛典”、“中国策”、“中国人”、“中国心”、中国影“五大版块为主体，以“对话中国”、“中国声音”等 23 个栏目为骨干，以“执政兴国 60 年”等 70 余个专题为血肉，包括蒙、藏、维、哈、朝、彝、壮 7 种民族文字和英、法、俄、西、阿、日 6 种外文，全方位展现了祖国 60 年的巨变。“爱我中华，网民总动员”等互动栏目聚集了众多网民的参与，Flash 互动游戏“网民方阵”创意与策划更让人拍案叫绝。

据不完全统计，9 月 1 日至 10 月 8 日，北京地区的主要网站千龙、新浪、搜狐、网易、TOM、中华网、凤凰网等共计推出专题、专栏 1004 个，累计总点击量突破 25 亿人次。其中，新浪的“国·家 - 百年中国的新生与变革”专题报道方阵、搜狐的“中国红 1949：我的解放时刻”、“大国印记：1949-2009 中国 60 大地标”、“回望历史瞬间”等大型专题、网易的“中国制造”大型专题，非同凡响。如，2 月 9 日起，搜狐联手全国 31 个省市自治区的 31 家主流都市报各集所长，运用纵向接力横向齐发的报道形式，推出了贯穿 2009 年的大型系列报道“中国红 1949：我的解放时刻”，讲述各个省会城市的解放盛况，从而完整拼出新中国诞生的图景，也成为一次由网络媒体牵头进行的气势磅礴的报网联动。国庆前夕，此系列报道由山西人民出版社结集成书，这使得中国红系列报道在经历了报纸、网络等传播方式后，能以文集的形式再一次影响世人。吸引广大网民参与，是网站运作的必然。腾讯在“我的全家福”家族照片征集活动中，共收到网友提供的老照片近 2 万张，“传挂‘灯笼’，祝福祖国”活动，让 QQ 上立时点起了 2853 万盏灯笼。

在国务院新闻办公室网络局指导下，60 家网站参与的亿万网民共同记录“中国一日”（9 月 19 日）活动，共征集到文字、图片、动漫、音视频等网络作品 87 万余件，网民访问量达 3.6 亿多次，网民留言、跟贴 180 多万条，更是蔚为大观。

综观国庆 60 年的网络宣传报道，显示出多媒体、多终端、多语种和全时段、全方位的传播，规模空前，声势浩大；显示出网络与其他媒介通力合作，整合各种资源，力度空前，形态多样；显示出 Web 2.0 理念的策划和运作到位，能够调动起亿万网民的高度关注和参与热情，创意空前，手法纯熟。中国网络媒体以自己出色的工作为祖国母亲献上了一份生日厚礼。

最受关注的网络事件

“家事国事天下事，事事关心”是中国网民的真实写照。

2009 年 2 月 28 日 15 时，温家宝总理接受中国政府网、新华网联合专访，与网友进行了 2 个多小时的真诚的在线交流。温总理说：“我一直认为群众有权利知道政府在想什么、做什么，并且对政府的政策提出批评意见，政府也需要问政于民、问计于民，推进政务公开和决策的民主化。”这次网上交流实际上拉开了 2009 年“两会”的序幕。温总理向网友披露：“其实我几乎每天都上网，最长的时间可以达到半个小时到一个小时。”

2009 年发生的国内外大事、社会热点问题、突发新闻事件，都逃不掉网民的“慧眼”，也逃不掉网民的“毒舌”（指尖刻的评论）。

如央视新址火灾事件、工信部要求预装“绿坝”过滤软件事件、杭州飊车撞人事件、成都公交车燃烧事件、云南晋宁看守所死亡事件，河南灵宝追捕王帅事件、湖北石首群体事件、湖北巴东邓玉娇事件、吉林通钢群殴总经理致死事件、上海倒楼事件、上海“钓鱼”执法事件……，不胜枚举。伴随铺天盖地的网上评论，网民的想象力和创造力也得到充分的发挥，不仅有对各类事件的高度概括，如“70 码”、“楼脆脆”、“躲猫猫”、“临时性强奸”等，还创造了“草泥马”形象及动漫、歌曲等系列作品，甚至还发明出了新造汉字的技术。网上原发事件甚至是一句表达，也可产生料想不到的后续反应。如一句“贾君鹏，你妈妈喊你回家吃饭”，演化成一种召唤人的普遍方式，一句“哥吃的不是面，是寂寞”，也赢得了不少人的共鸣。在现实与网络的交织互动中，尽显转型期中国社会的矛盾与冲突以及人们的种种心态，也反映出主流文化、边缘文化、流行文化等各种文化在互联网上各得其所的状况。

如今，当重大、突发性事件发生时，人们已不是单纯的“围观者”，而且成为积极的“报道者”。2009 年 2 月 9 日晚，中央电视台新址发生严重火灾，大火从楼顶烧到楼底，扑救达 6 小时之久。从火灾发生的那一刻起，不少在现场的民众就利用手机、互联网等手段报道火灾过程，随后围绕火灾原因、火灾损失、火灾责任等在互联网上展开评论、问责，至少到 2 月 12 日的三天内，始终是民众最关注的事件，尽管传统新闻媒体对这场火灾的报道进行了“淡化”处理，但民众却借助互联网和手机实现了一次规模空前的公民报道与全民传播。在当代中国传播格局中，一批网络“公民记者”、“公民记录者”开始活跃，在重大、突发性事件发生时，有网友立即前



往当地利用多种网络传播手段发出报道，其中，代表性的人物是周曙光（网名：佐拉，Zuola）。他仅有初中文化程度，后自学获得计算机中级专业技术资格。他于 2007 年 3 月前往重庆，通过互联网报道“最牛钉子户”事件而一举成名。2007 年 6 月，他前往厦门报道反 PX 项目事件；2007 年 12 月，他前往沈阳报道蚁力神事件；2008 年 6 月他前往贵州报道瓮安事件等。周曙光作为一名“80 后”，最显著的特点是对互联网传播手段的掌握和运用极为熟练。另一有代表性的人物是张世和（网名：老虎庙），作为 50 后生人，不论是人生阅历，还是对社会的关注，都更加成熟，不求一时一事的轰动，而更关注有待解决的社会问题和底层民众的生存状态。他于 2003 年建立自己的博客“老虎庙”，标榜“24 小时在线博客，一个人出版的杂志”。他多次进行长途采访报道，如 2007 年 8 月至 10 月的“千里走单骑”行动，从北京出发，途经山西、内蒙古、陕北、宁夏。他将以田野调查的方式，考察乡土民情，在 73 天中发了 133 篇博文，其中涉及黑煤窑、退耕还林、禁牧圈养、石油资源引发的利益之争等社会问题。2009 年 8、9 月，他又进行走三线（襄渝线）活动。同时对天安门的流民群体进行了大量报道，并发起援助活动。公民媒体最显著的特点是由个人或团体（包括非政府组织和非营利组织）所办。它发出非主流、反主流的声音，有的是温和的，有的则是激烈的。公民媒体关注大众传媒不设置的议题，维护自身权利，推动社会运动，最大限度地体现包容性、公平性和参与性。公民媒体的创办、公民记者的活跃以及公民新闻传播途径的多样化，已成为网络传播中一股新兴的力量。

最受重视的网络呈现

对网络舆情的重视，在 2009 年达到无以复加的程度。伴随“全民麦克风”时代的来临，伴随一些地方突发性事件和群体性事件的不断发生，各级政府部门更加关注在互联网上表现出来的社情民意，相关系统的研发，相关研究的开展，相关报告的发布，呈现一片热闹的景象，网络舆情监测及其产品也由此进入社会化服务阶段。

在技术手段方面，目前国内至少有十多家公司着力开发网络舆情信息监测系统，试图为政府部门和企事业单位提供一个完整的应用解决方案，中国网下属的技术公司还研发出了用于客户端的软件系统“专讯通”。

在产学研合作研究方面，2008 年 12 月 24 日，中国人民大学和方正集团合建“人大一方正舆情监测研究基地”，2009 年 1 月 10 日，北京交通大学成立网络舆论安全研究中心，2009 年 7 月 2 日，南京大学网络传播中心与谷尼国际软件（北京）有限

公司合建南京大学谷尼舆情分析研究实验室。

在信息产品方面，人民网舆情监测室创办的《网络舆情》于 2009 年 1 月 8 日正式出刊。该刊宗旨为：帮领导干部读网。分“时事版”和“研究版”，每周各一期，印刷出版。年内，该机构还先后策划推出了《2009 年上半年地方应对网络舆情能力排行榜》、《金融危机以来中国境内企业舆情应对能力排行榜》、《2009 年 1~10 月网络文化热点排行榜》等专题舆情报告，都被众多媒体和网站转载刊发，引起社会广泛的关注。由正义网（《检察日报》网站）创办的《政法网络舆情》，在 2008 年已创刊，2009 年 1 月 1 日起，每周一期正式出版，其宗旨为：网络舆论分析，法治决策参考。

在网络舆情信息工作的经验总结方面，由中宣部舆情局主编的《网络舆情信息工作理论与实务》一书，2009 年 5 月由学习出版社出版。该书把网络舆情工作分解为发现、筛选、研判、调查、编写、报送等 6 个环环相扣的阶段，条分缕析地加以说明。

最具效用的网络平台

2009 年 11 月 8 日，第十个中国记者节。中国记协在北京举行隆重的中国新闻奖和优秀新闻工作者颁奖仪式。在第 19 届中国新闻奖的评选中，人民网的《地方领导留言板》和烟台胶东在线的《网上民声》同时获得“新闻名专栏”一等奖。创办于 2006 年的《地方领导留言板》为全国 60 多位书记省长，近千位副省、地市级党政正职官员，及 1000 多位县委书记分别开通专属留言页面，供网友随时随地以留言方式向各地各级领导干部反映情况和问题。2008 年 8 月，人民网《地方领导留言板》新版推出一周年之际，共接收网友留言总计 33 万条，其中 31 位省委书记省长公开回应网友留言、61 位地市级领导公开答复网民声音、统计收到地方领导回复 450 批次、逾 4000 条网友问题得到落实解决。这一平台重要的意义在于，促使各级党政领导更积极主动地关注网络民意，在不少省区市，已将收集、处理、反馈网上民意、民情工作制度化，建立起专项办复机制。

创办于 2003 年 5 月的《网上民声》搭建起了一个氛围宽松、沟通顺畅、凝聚共识的网络议政、问政平台，融合了新闻、监督、信访、议政、办事、咨询、投诉等多种形态，六年多来，参与的政府部门从开始的 28 个增加到现在的 94 个，几乎涵盖了烟台市所有政府部门及中央、省属驻烟的热点“窗口”单位，并且延伸到了各



县市区；群众反映的问题达到 32 万余条，报送舆情内参 3.3 万余条，回复率始终保持在 97% 以上。《网上民声》此次获奖，是中国新闻奖纳入网络作品评选以来，地市级新闻网站唯一获此殊荣的作品，也创造了山东省网络作品第一个大奖的纪录。

此外，像人民网强国论坛 5 月 9 日正式推出的《E 政广场》、5 月 15 日推出的《反腐总动员》，以及众多网站开设的旨在网络监督、网络议政、网络反腐的频道、栏目，为保障公民的知情权、参与权、表达权和监督权方面，正发挥越来越大的作用。

最坚决的网络行动

2009 年 1 月 5 日，以国务院新闻办公室等七部门召开电视电话会议进行部署、中国互联网违法和不良信息举报中心对 19 家网站进行点名批评为开端，拉开了 2009 年整治互联网低俗之风专项行动的序幕。6 月 18 日，互联网违法和不良信息举报中心根据公众举报并经核查，“谷歌中国”网站大量传播淫秽色情和低俗信息，举报中心要求其整改，有关部门停止了相关两项服务。当晚，中央电视台在新闻联播、焦点访谈、新闻 1+1 三个重要新闻栏目节目集中对此事进行报道，力度前所未有。截至 11 月 6 日，互联网违法和不良信息举报中心再次曝光 10 家网站，使在专项整治行动中曝光网站的数量达到 136 家。11 月 30 日，又一次曝光 10 家互联网接入服务商。专项行动开始以来，举报中心共核查网站总数达 14 万多，涉及新闻、商业、视频、WAP、小说、游戏等各类网站。

11 月 17 日，针对手机网站制作、传播淫秽色情信息不断蔓延的情况，全国“扫黄打非”办公室下发了《关于严厉打击手机网站制作、传播淫秽色情信息活动的紧急通知》。12 月 8 日，中央外宣办、全国“扫黄打非”办、工业和信息化部、公安部、新闻出版总署等九部门再次部署，从 2009 年 12 月到 2010 年 5 月底，在全国范围内联合开展深入整治互联网和手机媒体淫秽色情及低俗信息专项行动。

整治网络、手机淫秽色情低俗的行动从 2009 年初持续至岁末又将延续到 2010 年，时间之长、范围之广、力度之大，前所未有。对网络传播内容司监管之责的国务院新闻办公室、国家新闻出版署、广电总局、文化部，对电信运营商司监管之责的工信部与公安部联手破获了一大批案件。今年前 11 个月，侦破网上重要案件 700 多件，抓获违法犯罪嫌疑人 1200 多人，处罚企业和网站 4271 家，关闭淫秽色情网站 4400 多家。

7 月 5 日，乌鲁木齐发生大规模骚乱事件后，新疆维吾尔自治区人民政府为了尽快平息事态，稳定局面，防控暴力犯罪活动，对利用互联网、手机等手段散布有害信息，采取了前所未有的断网管制。在一个省区的范围内长时间断网，这在全国还是第一次。

把中国互联网建成一个安全网、诚信网、绿色网，是全社会的期待和共识，坚持文明办网和文明上网，将是一项长期的任务。11 月 24 日，由国务院新闻办公室指导，中国台湾网承办的第九届中国网络媒体论坛在福建厦门举行。本届论坛的主题就是“同筑安全互联网，共建和谐 e 世界”。国务院新闻办公室主任王晨在主题讲话中再次强调，网络媒体要切实担负起维护网络安全责任，努力构建健康文明、安全有序的网络环境。

最离谱的网络传播

2009 年 10 月 13 日，一名自称“闫德利”的女子，在某门户网站中开设博客，不仅披露了自己的身世以及个人资料，更声称自己曾经卖淫患有艾滋病，并一举公布了 279 个“嫖客”的手机号码。这则“‘艾滋女’开博曝光数百性接触者”的信息在互联网上不胫而走，立刻成为社会关注的焦点。后由于警方及时介入，证明此事件完全是炮制者出于报复心理而进行的恶意诽谤，炮制者杨某因涉嫌触犯法律被刑拘后，事件才得以平息。这一事件的传播源头为博客，这一事件的扩散路径为网络媒体与报纸等媒体的互动。炮制者首先盗用他人名义在门户网站中开设博客，进行“爆料”。形成了巨大的新闻“卖点”。尽管“艾滋女”的博客被较快封闭，但其博文已迅速被转贴至论坛，呈滚雪球般扩散；随后一些报纸在未经核实的情况下进行全文转载式的报道，起了推波助澜的作用；各网站再迅速转载报纸等媒体的报道，有的网站甚至快速推出报道专题，从而将整个事件渲染到了极致。

10 月下旬，又接连发生“翁帆怀孕 3 个月”、“白岩松自杀”等假新闻传播，说明目前网络传播乱象依然严重。尤其令人匪夷所思的是，“翁帆怀孕”的消息，早在三年前已被评为 2006 年 10 大网络谣言，未曾想到三年后再次被众多网站和媒体拿来炒作。此外，年内众多“门”事件的传播，亦反映出网络传播乱象的一面。



最热门的网络应用

在全球范围内，今年是以 Twitter 为代表的微博客流行年。微博客不仅在各类突发事件的新闻报道中发挥重大作用，而且在特殊时刻的信息传递，可成为解困救难的有效工具，如今年 8 月台湾遭受“莫拉克台风”灾害时，岛内微博客“噗浪”（plurk）就在救灾中发挥了重要作用。

国内微博客的兴起从 2007 年起，饭否、叽歪、嘀咕、滔滔、做啥等陆续登场，给中国互联网传播又添一道风景。今年 8 月 14 日，新浪网推出微博客服务“新浪微博”（测试版），成为最有号召力的动作。目前，新浪微博尚未公布其注册用户数量。截至 12 月 7 日，演艺界明星姚晨拥有的粉丝数量已达 42 万多人，成为新浪微博中关注度最高的用户。

从传播的角度看，Twitter 等微博客应用最大的特色是即时性的信息分享。因此，饭否网的广告语“随时随地记录与分享”、新浪微博的广告语“有什么新鲜事想告诉大家？”等，都反映了互联网这一新应用的本质特点。国内一些领风气之先的媒体从业人员，在今年也开始利用这一手段大展身手。如《杭州日报》记者王佩（其博客名为《白板报》）8 月 8 日 23 点 50 分在杭州武林路凤起路口，目睹一辆轿车躲避交警检查逃窜的一幕，他通过手机将消息报给报社，进而通过手机发送至 Twitter，报社其他记者在跟进采访后，一条新闻《丰田车主抗拒交警查处行动夺路狂奔 驾驶员弃车而逃》一小时后在该报网站上刊出，并标明“滚动讯”。王佩以自己的体验指出：“未来的新闻将更多地以实时+滚动、业余+专业、手机+网络、微博+新闻这种混搭的形式出现。新闻成为社会参与各方的共同产品。”媒体工作者安替对 Twitter 的使用也同样得心应手。8 月 21 日，新到任的美国驻华大使洪博培（Jon Huntsman Jr）克服时差在他的北京官邸会见中国媒体界，安替在现场利用手机向中国推特（Twitter）用户和网友发出了洪博培的第一声问候。11 月 16 日，美国总统奥巴马在上海与中国青年进行“市政厅”式的互动交流时，安替又通过他的推特进行了简讯直播。

11 月 7 日至 8 日，在广东连州举行了第五届中文网志年会，2009 年年会的口号是“微动力，广天地”，旨在展望越来越微观的信息分享手段和管道，这也预示着 Twitter 等微博客的广泛使用，无疑将给互联网信息传播格局带来新的变化。

最激烈的网络冲突

众多网络公司深陷各类版权纠纷、版权官司，深刻反映了当今业界由于传播形态和传播格局变化带来的利益冲突。冲突首先表现在视频版权方面，自 2008 年以来著名网站间的官司几乎不断，起诉与反诉让人眼花缭乱。8 月 19 日，央视网和凤凰网共同发起的，由上海文广东方宽频、湖南卫视金鹰网、北京电视台及深圳广电参加的“网络视频版权保护联盟”正式成立。9 月 16 日，由搜狐、激动网、优朋普乐联合发起成立的“中国网络视频反盗版联盟”在成立后的第一个维权行动瞄准了 3 家视频网站及其广告主。11 月 17 日，视频网站优朋普乐状告优酷网案开庭，然而，同一天，搜狐却遭又到央视电影频道等 5 家机构的起诉。2009 年内，网站获得正版视频的价格不断攀升，给不少视频网站带来极大的压力。

版权保护的冲突同样发生在著作权人与网站之间。10 月 13 日，中央电视台《朝闻天下》栏目在报道中指谷歌数字图书馆涉嫌侵权，中国文字著作权协会称，有 570 位中国权利人的 17922 部图书未经授权就被谷歌使用。谷歌 2004 年推出的数字图书馆计划，实际做法是将图书进行数字化扫描，然后通过互联网提供服务。一旦它和世界各国的著作权人都达成了和解协议，把所有已出版的图书都数字化，并将未来出版的图书也同步数字化，那将是一场知识传播的革命。然而这一宏大的计划因版权问题在世界各国屡屡碰壁。尽管谷歌提出了一揽子解决方案，但都未能让中国的著作权人感到满意。

在激烈的市场竞争中，冲突还在其他领域展开，一起官司 11 月又撞入人们的眼帘。2009 年 3 月，搜狗、腾讯因推出的新版拼音输入法软件中先后增加屏蔽其他输入法的功能，而引发双方争议并导致互相起诉不正当竞争。业界有关人士指出，频繁借助诉讼打击对手，容易导致互联网陷入恶性循环，更导致中国互联网形象恶化。因此，加强业界组织的纠纷调解功能，不失为今后的一个解决之道。

2009 年中国网络媒体与网络传播十大事件

- 1 月 7 日，工信部宣布，批准中国移动、中国电信、中国联通开展 3G 业务经营许可，标志着中国正式进入 3G 时代。
- 1 月 8 日，人民网舆情监测室创办的《网络舆情》正式出刊，标志着网络舆情产品社会化服务的开端。



- 1 月 9 日起，一场以“反网络低俗之风”为名的整治行动展开。
- 2 月 9 日，中央电视台新址发生火灾，民众借助互联网和手机实现了一次规模空前的公民报道与全民传播。
- 2 月 28 日，温家宝总理首次接受中国政府网、新华网联合专访，与网友进行了 2 个多小时的在线交流。
- 5 月 19 日，工信部下发《关于计算机预装绿色上网过滤软件的通知》，引起业界强烈反响。
- 7 月 5 日，乌鲁木齐发生大规模骚乱事件后，新疆维吾尔自治区人民政府采取了前所未有的“断网”管制，这在全国还是第一次。
- 8 月 14 日，新浪网推出微博客服务“新浪微博”（测试版），标志着中国网络传播进入微博客阶段。
- 8 月 19 日“网络视频版权保护联盟、9 月 16 日，“中国网络视频反盗版联盟”相继成立。
- 在庆祝中华人民共和国成立 60 周年之际，网络媒体运用各种手段和方式进行了声势浩大的宣传报道。

延伸阅读：微博客的媒体特质与传播能量¹

微博客（microblogging 或 microblog）2009 年风行全球。作为互联网的一项新应用，微博客的功能体现首先在它的人际互动方面，即它强化、优化了“我”、“你”、“他”之间的交流与沟通。同时，微博客也具备强大的传播功能。Twitter 开始的广告语为“你在做什么？”（What are you doing?），2009 年 7 月 29 日，更换为“分享和发现世界各处正在发生的事”（Share and discover what's happening right now, anywhere in the world）。国内推出的微博客服务，同样也都会强调其新闻传播的功能。如新浪网微博广告语中有“随时随地发布你身边的新鲜事”的表述，人民网微博广告语中也曾有过“捕捉新闻每一瞬”的表述。于是，即时性的信息分享成为微博客最鲜明的特色之一。



微博客的媒体特质

2009 年 10 月，美国网络广告公司 Chitika 发布的一项调查报告称，Twitter 出现

¹ 本文原载于《新闻战线》2010 年第 9 期。

的所有内容中，28%同新闻题材相关，居该网站各类题材首位。这充分说明，绝大多数 Twitter 用户平常最愿意通过 Twitter 了解各种新闻内容¹。对微博客用户来说，他们不仅是新闻信息的获取者，而且是新闻信息的首发者和转发者，因此，微博客的媒体特质主要体现在两个方面：

（1）对新闻事件的发生进行报道、“爆料”。微博客之所以引起传媒界的普遍关注和媒体

的广泛报道，正是因为突发自然灾害、各种意外事故、群体激烈冲突等国内外重大事件发生时，它往往是现场新闻的“第一报”，随后以极快的速度进行扩散传播。由于微博客用户在使用时可以绑定手机和即时通讯（如 QQ、MSN 等）工具，因此用户在信息发布上，可以实现前所未有的便捷和快速。而当用户拥有了这一新的“自媒体”手段后，也增强了他们随时随地的使用意识，推进了他们随时随地的使用实践。如，一名叫“洪水滔滔”的推友于 6 月 30 日 20 点发布一条消息“明天开始，北京崇文、宣武两区成为历史，前者与东城合并，后者与西城合并”。众多网友表示不信：真的假的？至 7 月 1 日近 17 点时此条信息通过官方媒体的报道得到证实。有网友评论道：“微博是内部消息来源地”。

（2）对新闻事件的过程进行“现场直播”。当一个新闻事件发生时，以往能够进行现场

直播的媒体只是广播和电视，而当网络媒体出现后，便扩大了现场直播的范围，微博客的出现又为每一个用户进行现场直播（目前主要是文、图）添加了一个利器。2009 年 11 月 23 日，广州番禺居民与政府进行垃圾焚烧项目互动的现场，一个小伙子手举一张标语牌，上写“上推特网络直播”，显示了今天利用微博客进行新闻事件的现场直播已成为常态。在发生的各类新闻事件中，还可以看到另一种情况：通常某人因新闻事件而成为新闻人物后，往往成为新闻媒体采访报道的对象。而如今，新闻人物可以利用微博客进行“自报道”，即使是身在异地甚至身在国外的现场直播，也是可以轻而易举做到的。

微博客媒体特质的强化

今天不论进入哪一个微博客服务平台，你都会发现越来越多的新闻媒体和新闻工作者已成为活跃用户。微博客成为他们“短”（简短）、“频”（频繁）、“快”（快速）

1 中涛：《美调查显示 Twitter 用户最愿意阅读新闻内容》，出处：腾讯科技，2009 年 10 月 17 日，<http://tech.qq.com/a/20091017/000079.htm>。



发布新闻的新手段。

2009 年全国两会期间，一些媒体和记者开通“两会微博”，首次将这一手段引入两会报道，随时发布会场内外值得关注又充满个性色彩的细节新闻、精彩观点和现场花絮，“新华视点两会微博”甚至还根据会中热点的变化，设置了即时性小栏目如“代表委员侃房”、“代表委员论医”等，对百姓感兴趣的话题进行集中播报。人民日报海外版总编辑、全国政协委员詹国枢，利用刚刚开通不久的人民网微博客平台，写下了不少会上的细节、趣闻，让网友感到耳目一新。

又如，《杭州日报》记者王佩 2009 年 8 月 8 日 23 时 50 分在杭州武林路凤起路口，目睹一辆轿车躲避交警检查逃窜的一幕，他除了通过手机将消息报给报社，还通过手机发送至 Twitter，他当时在 Twitter 上的粉丝有王佩以自己的体验指出：“未来的新闻将更多地以实时+滚动、业余+专业、手机+网络、微博+新闻这种混搭的形式出现。新闻成为社会参与各方的共同产品。”¹

再如，德国之声（DW）中文部主任、女记者吴安莉（Adrienne Woltersdorf）5 月随总统克勒访华，她从总统上飞机开始便在 Twitter 发布信息，为了扩大影响，在后方编辑团队的支持下，每条信息都以中、英、德三种文字各发布一次。5 月 25 日，温家宝总理与克勒在中南海会面，吴安莉也得以进入对外国人来说很神秘的中南海。她用手机拍照，连续上传 Twitter 的 30 幅照片，详细地记载了在中南海里的所见，不仅有会见时的情景，还包括安检室、警卫员、温总理的司机的特写及地上的烟头、地毯的卡子等细节。此 Twitter 报道被世界各国媒体广为转载。

对提供微博客服务平台的网站而言，其新闻意识在这一产品的推广上也体现得淋漓尽致。如新浪微博推出后，着重发展两部分用户群，一是有吸引眼球价值的明星名流，；二是有新闻“爆料”价值的媒体人士。新浪网总编辑陈彤（微博用户名“老沉”）不仅是新浪微博的热情鼓吹手，也是一名身体力行的深度参与者，每天发信息数十条。谷歌宣布退出中国的 3 月 23 日，已是深夜，但他仍在电脑前观察谷歌的动作。2 时 35 分，老沉发出以下信息：“有动静了！google.cn 跳转到了 google.com.hk/”。3 时零 3 分，谷歌高级副总裁、首席法律官大卫·德拉蒙德在博客中宣布将搜索服务由中国内地转至香港。3 时零 7 分，老沉又随即发出：“谷歌的官方博客声明出来了。”随后，他将英文声明分段转发才算完事，用陈彤自己的话来说，见证了互联网上的一个“历史时刻”。由此可见，操作者的新闻意识扩展、渗透至微博，无疑也会使微

1 王佩：《一条新闻的诞生》，载其博客“白板报”，2009 年 8 月 9 日，<http://www.baibanbao.net/2009/08/09/the-birth-of-a-piece-of-news/>。

博的媒体特质得到强化。

微博客的传播能量

新浪微博用户、《华侨大学报》主编赵小波于 5 月 29 日 9 时 27 分发出一则信息：“在新浪，一条围脖最终能走多远？不妨来做一下试验。有兴趣就转发，并请标明您的所在地。我们看看它走的范围有多广，走过的地方有哪些？”这条微博立刻得到网友的广泛关注，纷纷转发，并留下自己所在地信息。经过 13 小时 23 分钟的转发，在 29 日 22 时 50 分，转发数突破 1 万条。除了国内东南西北各地之外，它还到美国、澳大利亚、英国、韩国、日本等十余个国家转了一圈。¹这当然只是一个个案，实际上一条微博能传多远、传多大范围、多少人参与传播，受到谁发出的、信息内容等诸多因素的影响。但这一测试至少说明，如果后续环节（如粉丝众多、热词设定、网友锐推等）充分的话，一条微博便可以做到核裂变式的广泛传播。微博传播的最大特点，正是信息通过 **Follow**（关注）组成的节点链条，由节点上的用户主动推动而呈快速弥漫状。

微博在发展中，注重用户的参与、互动、分享体验，提供的功能花样越来越多，如可以结合谷歌地图，实时显现发出信息的用户的地理位置。又如，在 2010 巴西世界杯比赛期间，用户可以标上自己所拥戴球队所属国家的国旗。再如，微博不仅打通了与本网站内众多内容版块信息的链接与传递，也打通了与外部网站众多信息源的链接与传递。尽管微博具有信息碎片化的特点，但可以发现“围观”的现象并不少见，完全可以形成舆论。尽管微博具有去中心化的特点，但同样具有动员和组织的作用。青海玉树地震发生后，网友通过新浪微博发出“超级急”的信息，告知首都机场一号航站楼北线货运站征集救灾物资，号召网友将灾区急需的物品送达。4 月 18 日至 21 日，由社会热心人士联系的海航包机连续 4 天运输网友们捐赠的赈灾物质，总量超过 20 吨。

自然，微博传播也带来不少新问题，如假新闻、泄密、无聊的炒作、出言不逊的骂战等。要使微博的信息具有真实性、准确性，并具有对社会有益的价值，归根结底要依赖于传播节点上的人，依赖他们的媒介素养，依赖他们的道德水准，依赖他们的辨别力。

1 新浪科技：《一条新浪微博走天下：半天去了十多个国家》，2010 年 6 月 1 日，<http://tech.sina.com.cn/i/2010-06-01/12024255384.shtml>

2010 年

中国互联网方针新表述

中国接入互联网十多年来，国务院新闻办公室 2010 年 6 月 8 日首次发表《中国互联网状况》白皮书，明确提出了“积极利用、科学发展、依法管理、确保安全”的方针，这一新表述是在原有方针基础上的新发展，是指导今后中国互联网发展的基本政策和原则。这无疑是 2010 年中国网络媒体和网络传播领域最重要的事件。

确定方针把握方向

2010 年 1 月 24 日，国务院新闻办公室发言人就中国互联网发展和管理有关情况接受新华网记者专访时，表示“中国政府高度重视互联网的建设和发展，始终坚持积极利用、科学发展、依法管理、确保安全的基本方针。”6 月 8 日，国务院新闻办公室发表《中国互联网状况》白皮书，在前言部分明确提出“积极利用、科学发展、依法管理、确保安全是中国政府的基本互联网政策。”这是中国政府自 1994 年正式接入互联网以来首次以白皮书的形式阐明中国的互联网方针。“积极利用是基本目的，科学发展是客观要求，依法管理是必要保障，确保安全的保障是重要前提。”这一方针是对 1997 年确定的“积极发展，加强管理，趋利避害，为我所用”方针的新发展，是中国进一步把互联网建设好、利用好、管理好的工作原则。白皮书中指出：“中国政府将继续致力于推动互联网的发展和普及，努力在未来 5 年使中国互联网的普及率达到 45%，使更多人从互联网受益。”中共中央对外宣办主任、国务院新闻办公室主任王晨在 2010 年内多个重要场合，如 4 月 29 日在全国人大常委会上、10 月 18 日在第十届中国网络媒体论坛开幕式上、11 月 22 日在第三届中英互联网圆桌会议开幕式上，均一再阐明中国互联网的方针、发展与管理的关系，以及面对挑战做好工作

的思路与部署。

党中央对互联网管理工作高度重视，年内再次以中央文件的形式【《中共中央办公厅、国务院办公厅关于加强和改进互联网管理工作的意见》（中办发〔2010〕24号）】提出了新要求。

为了加强对互联网的管理，国务院新闻办公室年内新设九局，即网络新闻协调局，其主要职责是“承担网络文化建设和管理的有关指导、协调和督促等工作”。

在中央重点新闻网站的序列中，2010年又新增光明网和中国广播网。这样就由2001年最初确定的5家（人民网、新华网、中国网、国际在线、中国日报网），后陆续增加的4家（中青网、央视网、中国经济网、中国台湾网），加上2009年增加的中国西藏网（原称中国西藏信息中心网站，今年7月正式更现名），形成了总共12家的规模。

三网融合终于起步

2010年1月13日，温家宝总理主持召开国务院常务会议，决定加快推进电信网、广播电视网和互联网三网融合。阶段性目标为：2010年至2012年，重点开展广电和电信业务双向进入试点；2013年至2015年，全面实现三网融合发展，普及应用融合业务，基本形成适度竞争的网络产业格局。6月6日，《三网融合试点工作方案》第六稿终于通过。7月1日，第一批12个试点城市名单公布。三网融合步伐蹒跚，早在2001年3月15日通过的十五计划纲要中，就第一次明确提出三网融合；2006年3月14日通过的十一五规划纲要中，又再度提出要积极推进三网融合。历经十年、两个五年规划，终于迈出了实质性的一步，也称得上是中国特色。

目前广电系统除继续大力发展中国移动多媒体广播（China Mobile Multimedia Broadcasting, CMMB）外，还积极布局下一代广播电视网（Next Generation Broadcast, NGB）。上海作为NGB的试点城市今年1月正式启动示范网络建设，由上海东方有线网络公司实施，到12月初已经覆盖80万用户，带宽达到100Mbps接入水平。

2001年首届中国网络媒体召开之时，正是中国互联网步入ADSL、HFC、FTTH等宽带网络阶段之际。到2010年第十届中国网络媒体论坛召开之时，正逢无线网络蓬勃发展之际，3G、WiFi乃至即将到来的4G等无线宽带网络和移动数字终端让用户体验到了“随时随地，随心所欲”的滋味。截至6月底，全国移动电话用户达到



8.05 亿，截至 9 月底，手机网民规模达到 2.92 亿，在总体互联网用户中的比例超过 66%。从发展趋势看，移动互联网就是网络的未来，移动终端就是未来的主流终端。

对媒体而言，终端始终是其传播链条和产业链条上的重要一环。在新媒体时代，一个重要特征是，一个终端设备同步连接着浩瀚的信息世界。用户对不同终端的需求，其实反映着对各类信息服务的需求。因此，对终端的争夺，说到底，就是对用户的争夺。2010 年 4 月面世的 iPad，及随后出现的各种品牌的平板电脑可以视为人们生活中继电视机、计算机、手机之后的第四个重要终端。它融上网终端、通信终端、阅读终端、娱乐终端，媒体终端、实用程序终端于一体，成为功能强大的“第四屏”。传统媒体的内容在进入智能手机、平板电脑、电子书阅读器等不同新终端的过程中，其形态得到了一次次再造。在新媒体时代，传统媒体制定积极、务实的全媒体战略，是通往未来之路的重要保障。

法规出台专项整治

2010 年 7 月 1 日起施行的《中华人民共和国侵权责任法》（简称《侵权责任法》），其中第三十六条，被业界称为“互联网专条”，首次明确了网络用户和网络服务提供者的法律责任。它在两方面做出了明确规定：网络用户或者网络服务提供者利用网络实施侵权行为担负的责任；网络用户利用网络实施侵权行为网络服务提供者承担的连带责任。目前很多网站提供的服务具有多样性，既提供技术服务，又提供内容服务。如何避免侵权行为的发生，特别是在“知道”的情况下，能够及时采取删除、屏蔽、断开链接等必要措施，是网站运作必须解决的问题，也是网站编辑应具备的法律意识。同时，在网络环境下，如何在保护权利人的合法权益与促进网络产业正常发展之间取得平衡，网络服务提供者运用好“责任避风港”原则，也是业界面临的重要课题。

10 月 1 日起，修订后的《中华人民共和国保守国家秘密法》施行。在第三章“保密制度”中多个条款涉及互联网。在第五章“法律责任”中，规定有十二种行为之一的，要依法给予处分；构成犯罪的，要依法追究刑事责任。十二种行为中有六种涉及互联网和计算机的使用。

2010 年 2 月，最高人民法院、最高人民检察院联合发布《关于办理利用互联网、移动通讯终端、声讯台制作、复制、出版、贩卖、传播淫秽电子信息刑事案件具体应用法律若干问题的解释（二）》，这是对 2004 年发布的相关司法解释的进一步完善

和补充，明确了电信业务经营者、互联网信息服务提供者、广告主、广告联盟、第三方支付平台等在淫秽电子信息犯罪中所负的刑事责任。

6月15日起，《中国人民解放军内务条令》施行。第二百零五条对军队单位和人员使用国际互联网，作出了必须严格遵守的10条规定。

打击互联网、手机传播淫秽色情信息和保护网上知识产权是互联网持续治理的两大重点领域，2010年管理部门对这两个领域的行政执法依旧保持了高压态势。如，新闻出版总署先后分7批公布了438家网站的名单，这些网站提供淫秽色情网络小说、手机小说、Flash游戏等违法内容。中国移动等国内电信企业强化技术手段，建成了可以覆盖全国的自动化、智能化拨测体系，一年来，中国移动检测的网站达160万个，封堵境内外淫秽色情网站7万多个。针对网络侵权盗版所呈现出的集团化、专业化、高技术化的情况，国家版权局等部门于7月21日启动的2010年“剑网行动”，加强了对音频视频及文学网站、网游动漫网站以及网络电子商务平台的监控力度，将网络销售平台，提供搜索、链接、存储空间等技术服务的网站作为重点治理类型，至10月底的三个月的时间内，国家版权局已向各地分4批移送700余起案件线索，随后将会同公安、电信部门进行查处。

宣传报道生动深入

2010年中国主办了两大盛事：上海世博会和广州亚运会。上海世博会以“城市，让生活更美好”为主题，从5月1日开展至10月31日闭展，共有246个国家和国际组织参展，逾7308万人次的境内外游客参观，取得了空前的成功。腾讯作为上海世博会的高级赞助商，承担了世博官网和网上世博整个系统的总集成、总运行和总维护的任务，实现了让全球的互联网用户可以从线上、线下访问世博会。据腾讯公司的数据显示，在184天时间里，腾讯世博的网络访问量达到50亿，访问用户突破6亿。

第16届亚洲运动会于11月12日至27日在广州举行。这是亚运史上规模最大、参赛人数最多的一届盛会。网易成为合作伙伴及亚运官网承办方。据第三方数据公司提供的统计数据，网易的亚运会报道在流量、速度、访谈、视频、营销等10个领域全面领先其他门户网站。在整个赛期，网易亚运的页面访问量高出行业均值近40%，报道资讯总量近8万篇，独家进行了全程的视频直播及视频点播。在视频点播方面，视频数量达到了6000多个。



2010 年中国经历了两次突发特大自然灾害：4 月 14 日 7 时 49 分，青海省玉树藏族自治州玉树县发生 7.1 级地震，夺走 2000 多名同胞的生命；8 月 7 日 22 时左右，甘肃甘南藏族自治州舟曲县发生特大泥石流，千余人遇难。在为玉树地震、甘南舟曲泥石流灾难中遇难同胞悼念的两个全国哀悼日——4 月 21 日和 8 月 15 日，网络媒体的页面全部更换为黑白色。4 月 21 日，搜狐倾心制作的“让我为你点亮一盏酥油灯”专题让亿万网友潸然泪下。

每一次灾难来临，网络媒体都能在第一时间行动起来，在救灾行动中奉献爱心。2010 年初，西南五省遭遇严重干旱侵袭，新浪公益联合中华思源扶贫工程基金会为旱灾地区捐建 3000 座思源水窖；凤凰网派出“穿越特旱区”行动组，将上百吨饮用水运送到干旱地区；网易捐款百万在灾区打井。众多网站的公益频道更对每一次重大灾难后的重建持续关注，持续报道，持续伸出援手。

8 月 19 日，“文明上网，共建和谐”网上征文和知识竞赛活动在人民大会堂启动。这一活动由中央外宣办、中央文明办等 10 部委共同指导，人民网、新华网等 195 家网站共同主办。在三个多月的时间里，知识竞赛页面平均每天访问量达到 300 万次，超过百万的网民参与了答题。征文活动共收到文字、图片、动漫、音视频等各类作品 3 万多篇（件）。这是继 2008 年“我的奥运”、2009 年“中国一日”网络作品大赛之后，又一次吸引广大网民踊跃参与的网上活动。

在网络文化建设方面，网络媒体精心策划、精心运作，不断创造新的表现方式。如在虎年春节来临之际，由北京市互联网宣传管理办公室、北京网络媒体协会组织策划了“虎年网络大拜年”活动，参与的 8 家网站（第一视频、搜狐、网易、千橡、凤凰、TOM、千龙、新浪）以独具特色的原创设计、丰富多彩的全媒体手段，依次接力展示了从 2 月 6 日（农历腊月廿三，小年）至 2 月 13 日（大年三十）这八天的春节民俗文化。这一活动是北京网络媒体首次集中展示春节文化，不仅为全国网民送去了春节的祝福和欢乐，更重要的是，这是利用互联网传播中国民俗文化的一次有益的探索和实践。

微博兴起作用抢眼

微博客无疑是 2010 年最抢眼的互联网应用，也是继 2005 年博客大普及后，又一次大众化的普及应用浪潮。1 月 15 日《新周刊》封面文章指出：微博产品所带来的，不仅仅是互联网的新形态，也是媒体传播的新格局。它们以外包式的新闻聚合

每一个微小的个体，由“微信息”和“微交流”共同推动“微革命”。

自2009年8月新浪作为门户网站率先推出微博服务后，2010年各大网站奋起直追，争先恐后地开设微博平台。截至2010年10月底，新浪微博用户数已达5000万，用户平均每天发布超过2500万条微博内容。其他网站不断发力，誓言要赶超新浪，激烈的竞争态势已经形成。截至12月中旬，新浪微博人气最旺的姚晨，其粉丝量超过400万人，而腾讯微人气最旺的姚明，粉丝量已超过800万人。

微博在2010年众多事件中已显示出其独特的作用。江西宜黄强拆事件发生后，钟家姐妹9月16日早上准备乘机前往北京，被当地政府人员追堵躲进机场厕所之际，《凤凰周刊》记者邓飞闻讯后随即在新浪微博上发出信息，并在此后的3个小时里，共发出20多条信息，其中9条以“昌北机场女厕攻防战直播”为标题，实时直播了当时的状况。这一事件的过程被完整记录，微博首先披露，博客、论坛、QQ群亦紧紧盯住，文字、照片、视频、录音持续转发，加上传统媒体的关注与跟进，使之迅速向一个万众瞩目的公共事件迈进，被称为“微博掀开公民维权新一页”。

近两三年来，各级政府和领导干部高度重视网络舆情，也不断利用网络与民众沟通交流，听取民意。在微博新应用推出后，一些政府部门也开始利用这一传播平台，但成系统成规模的利用，是多少有些出人意外的公安部门。2月25日，广东省肇庆警方在新浪首开微博，随着省内多地警方的开设，广东省公安厅于5月11日建立国内第一个公安微博群。随后，不少省区市的公安微博群亦不断开设。7月29日10时35分，北京市公安局的官方微博“平安北京”上线。11月27日，北京警方举办了一场别开生面的网友答谢会，公布了“平安北京”自开通以来的“成绩单”：点击量超过1100万次，网民留言近4.5万条，粉丝超23万人，通过微博解决网友反映的实际问题89件。

新闻网站转企改制

按照2009年9月国务院新闻办公室下发的《关于重点新闻网站转企改制试点工作方案》，人民网、新华网、央视网（现称中国网络电视台）、千龙网、东方网、北方网、大众网、华声在线、浙江在线和四川在线等10家中央和地方的重点新闻网站被确定为试点单位。重点新闻网站转企改制的路线图是清晰的，即按照党的领导与现代企业制度相结合的原则，建立现代法人治理结构，完成股份制改造，建立产权清晰的业务赢利模式，待转企改制工作按照要求全部完成后，具备上市条件的试点



网站可随时进入上市程序，申请在国内证券市场上市融资。5 月 14 日，“全国重点新闻网站转企改制工作座谈会”在长沙举行，对这项工作再次进行了部署推动。网站的运作也加快了步伐，6 月 20 日人民网股份有限公司正式成立，由人民日报社、环球时报社、京华时报社、中国汽车报社、中国出版集团公司、中国电影集团公司、上海东方传媒集团有限公司等七家股东联合发起创立，股东涵盖报纸、出版、广电、影视等多元业务，目标是争取在国内 A 股发行上市。由于新闻网站的媒体属性所限，按规定，试点网站目前只可以吸收国有战略投资者。

转企改制上市融资要求新闻网站在体制机制、传播手段、服务方式、内容营销、新技术开发等各个方面，都要发挥比以往更多的创新性和主动性，并真正按照市场的规律、按照现代企业的规律、按照资本运作的规律进行操作。5 月 31 日，人民日报社与人民网发展有限公司合资成立了人民搜索网络股份有限公司，注册资本金 5000 万元。6 月 20 日，人民日报成立并推出“人民搜索”测试版，经过 6 个月的努力开发，12 月 20 日推出了具有自己特色的产品——新闻搜索 1.0 版。8 月 12 日，新华社和中国移动签署框架协议，合作成立搜索引擎新媒体国际传播公司，进军移动搜索领域。

赴美 IPO 再掀高潮

2010 年 12 月 8 日，当当网和优酷网在美国纽约交易所上市。当当发行价 16 美元，开盘 24.5 美元，收盘 29.91 美元，较发行价上涨 87%，市值达到 23 亿美元；优酷发行价 12.8 美元，开盘 27 美元，收盘 33.44 美元，较发行价上涨 161%，市值达到 35 亿美元。优酷网首日交易股价创下五年来首次公开募股（Initial Public Offerings, IPO）个股中首日涨幅新高，更是令业界振奋。彭博新闻社的报道称，2010 年在当当和优酷之前已经完成 IPO 的四家中资网络公司在首个交易日的股价平均上升 57%。中资网络公司如此受到美国投资人追捧的一个原因是中国互联网和电子商务市场被普遍看好。有网络观察家评论道：“投资者投给当当、优酷的票，其实是投给中国互联网的明天。我始终相信，中国的互联网有着巨大的潜能，但需要真正做事的人去挖掘。从现在开始的一年内，会有更多的中国互联网公司上市，会有更多的新元素注入中国互联网，中国互联网也会因此更有力量。”

2010年中国互联网市场的一个亮点是网络购物超速增长，互联网研究机构易观国际（Analysys）的数据显示，2010年中国网络零售额将比2009年翻一番，从2530亿元人民币，增长到5000亿元人民币（合750亿美元）。网购的火爆和发货量巨大，导致快递出现延误甚至提价，成为2010年的一道景观。3月，中国出现了第一家Groupon式团购网——美团网，这一C2B电子商务模式与Web 2.0结合的产物给网民们带来了不一样的购物体验。随后新型团购网站如雨后春笋般地涌现。12月21日，《华尔街日报》中文网刊登的一篇文章指出，中国互联网初创企业蒸蒸日上但泡沫风险隐现。有业界专家指出，估值上升已成为互联网行业的毒瘤，这种高估值是不可持续的。但也有投资者认为，中国互联网初创企业的繁荣局面是有据可循的，因为中国的网民数量居全世界之首，且目前互联网普及率较低，显示未来市场空间巨大，同时不少公司的业绩增长状况良好。

但是必须看到资本市场也有残酷的一面。12月10日，斯凯网络科技有限公司在美国上市，发行价8美元，开盘价则为6.02美元，下跌25%，是三年来中国企业赴美上市首日最大跌幅的一支。尽管中国互联网企业正进入一个新的IPO季节，但要在国际资本市场上成为弄潮儿，还需身手不凡实力超群。

网上舆论此起彼伏

从人民网舆情监测室和中国传媒大学网络舆情（口碑）研究所（以下简称IRI）已发布和已完成的年度报告来看，2010年内各种热点事件、突发事件不断，形成的网络舆论依旧是风起云涌。这是处在社会转型期、矛盾凸显期、危机频发期的中国现实的反映。

人民网舆情监测室根据统计，选出了20大热点事件。这些事件主要涉及公民权利保护、公共权力监督、公共秩序维护、公共道德伸张等一系列重大社会问题。很多突发事件只要涉及官员、警察、城管、司法、央企、富人、下岗工人、农民工、拆迁、房价、物价、官二代、富二代等敏感因素，很容易引发铺天盖地的舆论声浪。

IRI根据自己研发的网络舆情指数，分别选取2010年发生的近1000个网络热点事件、指数达到75分以上的72个网络热点及突发公共事件和20个重大突发公共事件，进行了整体态势的分析。研究发现，持续时间在31~50天的重大突发性公共事件占比达50%。如江西宜黄拆迁自焚事件、凤凰少女跳楼事件、南平校园暴力事件等。持续时间在11~30天的重大突发性公共事件占比达40%，如金浩茶油事件、广



西日记局长事件、山西疫苗事件等。持续时间达 71 天以上的重大突发性公共事件占 5%，如赵作海事件的持续时间长达 79 天，是持续时间最长的事件。舆论的特点有：① 舆论是一种公众的意见；② 这些意见涉及多数人普遍关心的重要问题；③ 表达这些意见的人们具有共同的利益；④ 舆论是从近期发生的有争议的问题引起的，问题得到解决，与这一问题有关的舆论随之消失。一个事件网络舆论持续时间的长短，可以反映政府部门对于热点问题和危机事件的应对水平和能力。

2010 年 10 月 16 日晚，年轻男子李启铭在河北大学校园内醉酒驾车，撞死撞伤各一名女生，被拦下后嚣张地宣称“我爸是李刚”。李刚是事发地河北保定市某公安分局副局长。“我爸是李刚”是权力膨胀的叫嚣，只因这一句话，点燃了广大网民积郁的心火，立刻掀起了舆论风暴。猫扑网发起“我爸是李刚”造句大赛，应者云集，一周内涌现出 36 万条造句，唐诗、宋词、流行歌曲乃至广告语。2010 年底，浙江乐清寨桥村长钱云会于 12 月 25 日，突遭车祸死亡。这是一起交通事故，还一起谋杀，立刻激起网上舆论千重浪。网民对当地政府、警方的不信任感，在此案中得到充分反映。由此，案件的后续发展一波三折，网民的关注、质疑、调查、分析、评论始终处在高位并延续至 2011 年。

网络舆论的高涨体现了中国网民积极的社会参与意识和充分利用互联网行使知情权、参与权、表达权、监督权等公民权利。各级政府和官员应该清楚地知道：在互联网时代、新媒体时代，信息是封不住的；广大人民群众实施的网络监督，尤其是对政府和官员的不作为、胡作为、腐败作为的网络监督是挡不住的；和谐的现实造就和谐的网络。

对话对抗各有呈现

中国积极地参与国际互联网领域的交流与合作，如在历年的 ICANN 大会上表明对互联网治理的立场和观点，提出建设性的意见，同时也充分利用中美互联网论坛、中英互联网圆桌会议等对话机制，就广泛的话题进行沟通交流。如今年的论坛和圆桌会议就围绕云计算、隐私保护、知识产权保护、基于 3G 及 4G 的移动互联网、电子商务、网络法制建设、共同打击网络犯罪等互联网领域的热点话题，进行了深入的交流。在建设更加有用和更加可信赖的互联网这一点上，显然国际社会可以达成共识，并共同采取积极的行动。

中国和美国在国际互联网领域亦存在针锋相对斗争的一面。3月23日2时35分左右，Google.cn跳转至Google.com.hk。3月23日3时零3分，谷歌高级副总裁、首席法律官大卫·德拉蒙德在其公司官方博客上发表声明，宣布停止对谷歌中国搜索服务的“过滤审查”，并将搜索服务由中国内地转至香港。谷歌并不是在每一个国家都推出本土网站，因为这意味着将把服务器放在该国，并遵守该国的相关法律。谷歌在进入中国时全面深入研究过中国的法律环境，并且自称“找到了解决的方法”。但事情的发展，却是谷歌试图挑战中国的法律，将筹码压到了一个颠覆中国互联网政策制度的层面上，这对中国政府来说显然是不能接受的。事件的结局只能是谷歌退出中国搜索市场。

2010年，一些国家的政府部门、组织机构、新闻媒体频繁地指责来自中国的黑客对他们的网络发起攻击，或侵入重要部门的网络进行窃密。如指入侵谷歌黑客源头的是上海交通大学和山东蓝翔高级技工学校，又指浙江绍兴成了“黑客之都”，因为全球接近30%的恶意攻击邮件来自中国，而其中20%的邮件来自浙江绍兴。11月，又指中国电信于4月8日用某种技术手段劫持全球15%的网络流量，其中包括美国政界、军界和商界的网络都被绕道中国持续长达18分钟。对此，中国外交、公安、工信等部门多次强调指出，中国法律禁止任何形式的黑客攻击行为，中国本身就是黑客攻击的最大受害国，指责中国政府参与黑客攻击是毫无根据的，是抹黑中国的行为。公安部为表明中国对黑客行为决不姑息，公布了一组数据：截至2010年11月底，全国公安网络安全保卫部门共破获黑客攻击破坏违法犯罪案件180起，抓获各类犯罪嫌疑人460余名，打掉14个提供黑客攻击程序、教授黑客攻击犯罪方法、涉嫌组织黑客攻击破坏活动的网站。

自从20世纪中期，互联网在全球开放接入以来，一场以键盘、鼠标为武器的新形态战争便悄然拉开了序幕。这就是继陆地、海洋、天空和太空之后，进入“第五空间”——网络空间的战争。网络战争打破了战时与非战时的界限，可以做到兵不血刃而决胜于千里之外，自然，当“热战”发生时，网络战业已成为克敌制胜的重要前提和重要保障之一。在美国等国纷纷成立网络战司令部之际，7月19日，中国人民解放军总参谋部信息保障基地成立大会在北京举行。这标志着解放军建制序列中新增一支战略信息支援保障力量。而一些境外媒体解读为：这意味着中国网络战司令部的组建。在涉及国家安全的问题上，显然中国处在时刻保持高度警觉的状态，并对网络战这一新形态战争进行必要的准备。



江湖恶习充分暴露

中国互联网在快速发展的过程中，江湖习气在业界弥漫，似乎成为业界接受和默认的一种现实，弄虚作假、违规经营、抹黑对方、抬高自己、掩饰过失、混淆是非等风气盛行，2010 年一些事件的发生表明这些现象已发展到极为严重的程度。

9 月，360 安全卫士和腾讯 QQ 之间的大战爆发，并一步步升级到白热化程度。尽管在政府部门的干预下于 11 月 10 日暂时告一段落，但业界的无序竞争、恶性竞争暴露无遗，众多报纸用“互殴”、“血战”、“闹剧”、“肉搏”、“决斗”、“网络强拆”的词汇来描述这桩恶斗。3Q 大战由以往的口水战、诉讼战发展至使用技术手段制约对方，最后不惜采用绑架网民的手段来达到击垮对手的目的，显示出互联网企业基本商业伦理的缺失。这一事件引起广大网民的愤慨，纷纷给予抨击。

蒙牛公司员工涉嫌雇佣网络公关公司恶意损害竞争对手声誉案和山西临汾论坛管理员涉嫌制造炒作当地银行“国庆降半旗”敲诈勒索案，这两起发生在 10 月的事件使违法的网络公关行径充分暴露。“网络推手”和“网络打手”利用网络的开放性、匿名性，有计划、有组织地策划议题、虚构事实、左右舆论、操纵民意，并达到牟利的目的。有的在网大量发布虚假信息，炒作商业话题，吹捧自己打击对手，有的通过私下交易等非法手段删除合法帖文，有的采取捏造事实、恶意贬损等手段进行敲诈勒索，造成了当前网络公关领域的无序和混乱。

12 月 6 日晚 8 时许，新浪微博上有人传播“金庸去世”的消息。拥有 30 万余名粉丝的《中国新闻周刊》微博未核实求证而加以转发，而网友误以为是该周刊首发的新闻，于是大量转发。7 日，《中国新闻周刊》副总编辑、新媒体总编辑辞职，新媒体内容总监被罚款、降职，编辑被解聘，成为近年来新闻媒体因在网络传播平台上刊发假新闻而受到最严厉处分的一个事件。网络媒体作为快速发展的新媒体，要想建立公信力，必须首先杜绝虚假新闻信息的产生与传播。为此，网络媒体从 2010 年 12 月至 2011 年 4 月正与全国新闻界同步开展“杜绝虚假报道、增强社会责任、加强新闻职业道德建设”的专项行动。

互联网的前途在于诚信，互联网的发展依赖于诚信，互联网的各种有效应用都必须建立在诚信基础上。为使中国互联网有一个健康、诚信、有序的发展环境，少一点江湖习气，多一点社会责任，加强自律、提升素质，构建高品质的企业文化是中国网络媒体的必由之路。

2010年中国网络媒体与网络传播十大事件

- 6月8日，国务院新闻办公室首次发布《中国互联网发展状况》白皮书，阐明中国对互联网的基本方针。
- 1月13日，温家宝总理主持召开国务院常务会议，决定加快推进电信网、广播电视网和互联网三网融合。
- 7月1日，《中华人民共和国侵权责任法》施行，其中第三十六条被业界称为“互联网专条”，首次明确了网络用户和网络服务提供商的法律责任。
- 微博应用年内大普及，其鲜明的媒体特质在各类事件的传播中开始发挥独特的作用。
- 腾讯作为上海世博会高级赞助商、网易作为广州亚运会合作伙伴在今年中国主办的两大盛事的宣传报道中发挥了重要作用。
- 6月20日，人民网股份有限公司正式成立，显示新闻网站转企改制上市融资步伐的加快和稳妥推进。
- 7月19日，中国人民解放军总参谋部信息保障基地正式建立，标志着在解放军的建制序列中新增一支战略信息支援保障力量。
- 3月23日，谷歌公司宣布自即日起正式关闭 Google.cn，将搜索服务由中国内地转至香港，突显中美两国在互联网领域针锋相对斗争的一面。
- QQ与360之间的大战从9月起不断升级，至11月3日进入最后摊牌阶段，互联网企业的恶性竞争无序竞争引发广大网民强烈反响。
- 12月8日，当当、优酷在美国上市，再掀中国互联网企业 IPO 热潮。

延伸阅读：中国网络电视台开播观察¹

北京玉渊潭公园湖畔的望海楼是中央电视台网站的所在地。尽管楼顶的巨大标志目前还是“央视网”字样，但进入楼内前厅，其标志已改换为“中国网络电视台”。据说，很快两块牌子将合二为一，最终只使用“中国网络电视台”的名称。

电视界和互联网界对中国网络电视台的关注，从2009年2月广电总局宣布筹建“国家网络电视台”便开始了，一时间“国家投资2个亿”、该网站是“正局级单位”等传言不胫而走。2009年12月28日，中国网络电视台上线后，网络视频领域将形成“一统天下”、“国进民退”局面的评论一时间又不绝于耳。

1 本文原载于《南方电视学刊》2010年第1期。



让我们仔细观察：

中国网络电视台是向国内外受众提供提供各类视频服务、各类终端服务的集大成者。著名的未来学家约翰·奈斯比特（John Naisbitt）在《定见》一书中指出：“以影像为代表的视觉文化将占领世界”。早期互联网受技术条件所限，音视频的传输受到制约。随着宽带互联网的普及、流媒体技术的提高、P2P 等新技术的出现，音视频传输的瓶颈被打破，网民对音视频内容的需求大增。与此同时，网站开始提供相应服务，进而网络电台、网络电视也应运而生，早在 2005 年 8 月 8 日，央视网站（当时称“央视国际网络”）就开通网络电视新闻频道和娱乐频道，对网络电视进行了最初的探索。然而，如今中国网络电视台的概念和运作，与四、五年前的“网络电视”频道不可同日而语。

中国网络电视台是融电视特色与网络特色于一体的多功能、多语种、多终端的传播平台，是各种功能、内容、终端的集大成者。

① 功能集大成：在收看方式上，提供了通过浏览器 B/S 收看的方式和通过 P2P（需下载并安装一个名为 CBOX 的客户端软件）收看的方式。不仅能提供清晰流畅的视频直播与点播服务，还能满足用户视频下载、视频搜索、视频上传、视频分享的需求。中国网络电视台特别纳入了两项服务，一个是类似 Hulu（美国著名影视公司投资建立的视频网站）的在线直播产品“爱布谷”，可以观看影视大片，且支持 7 天无限次回看。另一个是类似 YouTube（美国著名的视频分享网站）的产品“爱西柚”，即利用用户原创内容生成的视频分享频道。

② 内容集大成：它包括了电视媒体制作的内容，网站自制的内容、网站整合影视机构的内容和用户原创内容。中国网络电视台开播仅一个月，在频道设置上，除爱布谷和爱西柚外，已在最初的新闻台、体育台、综艺台的基础上，又增加了经济台、电影台、电视剧台、探索台和纪录片 5 个频道，今后还要推出健康、气象、家居等若干生活服务类频道。目前不少内容的处理手法，是对电视节目资源进行碎片化处理的同时进行再加工、再组织，运用网络媒体的优势表现手法进行表现，如设立新闻专题等，让用户能够得到二者结合的良好体验。

③ 终端集大成：收看网络电视台节目的终端并不局限于计算机，还包括电视机、手机、户外及楼宇电子屏，以及汽车、飞机、火车等交通工具上的移动电子屏。目前，网络电视的收视方式最主要是通过计算机终端，因此形态以视频与网页内容混搭方式呈现，但今后的一个重要趋势是以电视机为收视终端，目前一些电视机厂商已纷纷推出“网络电视机”新产品，看准的就是这一趋势。今后针对不同的终端，网络电视台必须解决不同的应用场景、不同的用户体验、不同的画面格式、不同的

交互方法的问题。

④ 全球覆盖：网络传播无远弗届，在中国电视由于多种情况无法在很多国家和地区落地的情况下，互联网无疑是最佳的传播的手段。中国网络电视台不仅要吸引绝大多数的国内网民，还要通过多语种内容建设，在全球范围内吸引一大批忠实的用户，成为中央电视台加强国际传播能力建设的一个突破口。目前中国网络电视台已建成伦敦、洛杉矶、新加坡、迪拜、莫斯科 5 个海外镜像站点，网络基本覆盖了欧洲、北美、东南亚、中东、俄罗斯等地区。

2009 年底中国网络电视台横空出世，不论从主体地位看，还是从团队规模看，不论从平台功能看，还是从发展声势看，对整个网络视频领域无疑产生了不小的震动和影响。但不可否认的是，做大之后也有大的难处，尤其是官方传统媒体在进军高度市场化新媒体领域中遇到的特有难题，正有待它去破解。

中国网络电视台面临着自身转企改制和赢利模式的巨大压力

中央电视台网站在其 15 年的发展过程中已经历了三个阶段：1996 年至 1999 年为央视网站的初创阶段，传播能力和影响力有限；2000 年至 2007 年为“央视国际网络”阶段，2000 年 10 月被列为中央重点新闻网站序列后，中央电视台于 2001 年 5 月成立网络宣传部，央视网站自此有了较快的发展；2008 年至 2009 年为“央视网”阶段，网站抓住北京奥运会千载难逢的时机，利用互联网、移动平台转播机构的身份打了一个漂亮仗，此役不仅一举确定了自己在中央重点新闻网站中“前三甲”（即人民网、新华网、央视网）的地位，更奠定了自己在网络视频领域中的重要地位，成为筹建中国网络电视台最有说服力的基础。

然而，央视网在迈入新阶段后，面临的依旧是体制机制和赢利模式两大难题。

我国新闻网站（包括央视等广电媒体网站在内）在发展的进程中，尽管在体制机制改革、赢利模式建立等方面进行了许多探索，也取得了长足的进步，但毕竟与互联网高度市场化的运作脱节，在商业网站从容地进行资本运作建立起多类型赢利模式之时，新闻网站往往连自身的造血机制还没有形成。新闻网站固然在新闻传播、舆论引导方面占据了主阵地，但市场竞争力未能同步跟进，反过来已经制约了传播力、影响力的提升。党中央、国务院从全局的角度，洞察了这一态势，在 2009 年出台了两个文件：一是 2009 年 6 月下发的中央 24 号文件《2009—2020 年我国重点媒体国际传播力建设总体规划》，一是 2009 年 7 月国务院颁布的《文化产业振兴规划》。前者要求，到 2020 年争取在报刊、通讯社、广播电视和互联网等领域建成若干具有国际影响力的传媒集团，掌握话语权，赢得主动权，形成与我国经济社会发展水平



和国际地位相称的媒体国际传播力。后者要求，采用数字、网络等高新技术，大力推动文化产业升级，支持发展移动多媒体广播电视、网络广播影视、数字多媒体广播、手机广播电视，开发移动文化信息服务、数字娱乐产品等增值业务，为各种便携显示终端提供内容服务。在这一大背景下，新闻媒体及其网站转企改制的时间表和路线图提上议事日程。新闻网站也要按照党的领导与现代企业相结合的原则，建立现代法人治理结构，完成股份制改造，建立产权清晰的业务赢利模式。待转企改制工作按照要求全部完成后，具备上市条件的新闻网站可随时进入上市程序，申请在国内证券市场上市融资。12月29日，央视网相关负责人证实，2月28日刚刚正式上线的中国网络电视台已经同步启动了融资和上市的相关计划，但没有具体的时间表。外界普遍认为，民营视频网站经过数年的发展仍然未能实现盈利及真正的上市，因此“国家队”想要在短期内完成上市难度很大，但在引入投资方面还是具备一定的优势。

视频网站的赢利手段，通常有三种方式：广告收入、用户付费收入和版权收入（也可视为内容销售收入）。对商业网站来说是最欠缺的是第三项，大量内容要花钱购买，而这一点对央视网站来说恰恰不成问题。由于中央电视台雄厚的资源，包括重大事件重大活动（如北京奥运会、建国60年庆典等）独家报道的优势，使大量的视频节目内容、一次生成并通过不同传播平台和终端多次使用，实现多次增值。业界人士说，2009年网络视频正版节目价格的上涨比房价上涨还快。可以看到，央视网站在追查盗版要求赔偿方面也加大了力度，不仅对商业网站毫不留情，即使对新闻网站也毫不客气。8月19日，央视网和凤凰网还共同发起，成立了有上海文广东方宽频、湖南卫视金鹰网、北京电视台及深圳广电等参加的“网络视频版权保护联盟”。使用正版视频节目的网站可提升自身的公信力和美誉度，又可带动商户的广告投入。可以预料，版权节目将是中国网络电视台手中赢利的重要王牌。但也要看到，中国网络电视台一开播，便纳入了全国30家省台卫视节目在内，从未来发展看，显然央视网站也需处理好与各省区电视台网站资源利益的分配问题。



中国网络电视台面临着网络视频领域激烈市场竞争的巨大挑战

在互联网进入 Web 2.0 阶段后，有不少新的理论出现，其中克里斯·安德森（Chris Anderson）写的《长尾理论》即是其中之一。他有一个重要的观点：“此前，大热门或大规模生产统治了一切。如今，尽管我们对大热门着迷，但它已经不再是唯一的市場。大热门现在正与无数大大小小的细分市场展开竞争，而消费者越来越青睐多样化市场。”他还特别提到：“广播电视有一个了不起的地方，它可以用无可匹敌的功率将一个节目传送到数百万人面前，但是，相反的事情它却做不到——将数百万节

目传送到同一个人面前。而这一点正是互联网的强项。”网络视频行业经过快速发展正趋于成熟，市场细分已经成为一种服务目标用户的基本市场行为，这是产业发展到一定阶段的必然结果。中国网络电视台开播后，有评论说这造成了网络视频领域“国进民退”的局面。其实在高度市场化的互联网领域，“国进民亦进”的局面和传播主体多元的趋势始终未变。

中国网络电视台在广电系统外的“国营”领域，主要的竞争对手来自电信系统。由于电信系统掌握上网通道和终端（如 7 亿多手机）的优势，早已挺进网络视频领域，建立了如中国电信的“互联星空”、中国联通的“北京宽带网”等网站。当“三网融合”的规划和时间表确定后，电信系统必然以更大的投入开发视频这一核心业务。此外，有实力的新闻机构亦是潜在的对手，如新华通讯社主办的中国新华新闻电视网（CNC）于 2010 年 1 月 1 日正式上星向亚太地区和欧洲部分地区播出，尽管电视信号向国内覆盖受到限制，但有了正式电视台的名分和日益增加的内容资源，通过网络向国内覆盖有谁能阻挡？或有什么理由可以阻挡？

在广电系统内，各省、自治区、直辖市有实力的电视台也正在加快步伐向网络电视台的领域进军。2009 年 7 月，上海网络电视台上线公测（公测期间仅对上海地区开放），可通过浏览器方式回看 7 天内 SMG 旗下 10 个频道的所有电视节目。12 月 18 日，湖南广电旗下的网络电视台芒果 TV 启动新域名，它声称不仅是一个视频网站，而是一个汇聚优质视频内容，面向电脑、手机、数字电视三大领域的视频传播平台。据悉，其更大的后续动作是成立芒果传媒有限公司，完全企业化运作，并计划 2013 年底上市。2009 年 12 月 29 日，浙江广电网站新蓝网上线，该网站集纳 18 个电视频道的资源，试图打造浙江网络视频第一媒体。早在 2002 年 12 月，浙江日报、浙江广电和省新闻办将各自的资源整合，建立了省重点新闻网站浙江在线，浙报集团为最大股东，但在今天的新形势下，广电系统显然不甘心处于“老二”地位，于是另起炉灶，在一个多月的时间内便打造出新蓝网，速度之快令业界惊叹，充分反映出了如今广电系统向新媒体领域进军时不我待的迫切心情。

在民营领域，更是千帆竞发。视频分享类网站如土豆、优酷等，P2P 类网站如 PPLive、PPStream、悠视等，视频直播类网站如激动网、第一视频、OpenV 等，门户类视频如新浪、搜狐等，早都在网络视频市场中雄据一方。2010 年伊始，网易于 1 月 4 日推出视频频道；百度于 1 月 6 日宣布组建独立网络视频公司，全面进军正版高清网络视频领域；PPLive 于 2009 年 12 月 27 日将名称正式改为 PPTV，据说，为了取得 PPTV.com 的域名，公司在 2009 年 10 月砸下 180 万元重金，紧接着 PPTV 于 2010 年 1 月 18 日宣布阳光媒体集团正式入股。一时间，门户网站、搜索引擎、传统



媒体、网络游戏等多股力量杀入网络视频市场，掀起新一波的激烈竞争。民营网站采取竞合式发展与差异化战略，同样力图占据市场的制高点。本文写作时查看 **Alexa** 中国各类网站排名，优酷名列榜首，占第 10 位；土豆网名列第二，占第 15 位；凤凰网名列第三，第 16 位，均在央视网（占第 58 位）之前。而中国网络电视台目前排名为第 157 位。据互联网和新媒体研究咨询机构易观国际（**Analysys International**）判断，混战局面将于三年内见分晓，网络视频领域届时仍是民营垂直网站主导、传统媒体和门户网站处于第二梯队的态势。

今天和未来的年轻人是使用互联网、手机等新媒体的主力军，他们多样性的选择和快速变化的口味，作为“国家队”的中国网络电视台能够适应吗？转企改制和融资上市之路会一帆风顺吗？市场上落后于人的局面能够翻盘吗？让我们继续观察。

2011 年

网络传播复杂生态环境形成

中国互联网的快速发展，在 2011 年又有标志性的增长：截至 11 月底，网民数量突破 5 亿，普及率达到 37.7%。以此预计，在 2015 年之前达到 45% 的目标将会提前实现；微博客作为一项互联网新应用，仅两年多的时间，用户数量便一举突破 3 亿；手机用户在 2011 年 3 月超过 9 亿，智能手机、平板电脑等终端普及迅速，目前移动互联网用户已突破 3 亿。

纵观 2011 年的中国网络媒体与网络传播，最重要的特征是：网络传播复杂生态环境形成。

网络传播生态复杂

从网络传播的角度看，各类社交网站将参与、互动、分享的特性发挥到极致，将传播能量推进至极致，造就了网上信息源爆炸性的增长、信息传播渠道的空前多样、信息交换流动量的空前膨胀、信息传播形态的空前丰富、网民表达的更加活跃、沟通更加频繁，以及网上网下活动结合更加紧密的状况。

互联网传播是现实社会的“镜像”。中国是一个复杂的大国，它存在的种种问题都必然会在互联网上得到真实呈现，各种社会矛盾、争斗和冲突都必然会延伸到互联网上，各种政治力量、不同利益集团以及各个阶层都必然要在互联网上发声，以期达到自己的目的。各路“水军”的加入，使得互联网舆情变得更加扑朔迷离。因此，互联网传播生态的复杂性不仅是由互联网新技术、新应用带来的，更是由复杂的现实社会带来的。



2011 年，不论国内还是国际，都是极不平静的一年，大事件接踵而来。从国内看，不论是历史事件还是现实事件，不论是公共安全事件还是群体性事件，不论是机构事件还是名人事件，都在互联网上引起了巨大的反响，从而呈现出中国独特的政治景观和社会景观。网络上基于不同立场、不同观点的对立，表现尤为突出。互扣某某“党”的帽子，进行“重口味”的谩骂，甚至进行人身威胁，都达到登峰造极的地步。暴戾之气弥漫网上，反映了社会矛盾的加剧，反映了社会普遍的躁动不满的情绪。

从国际上看，围绕网络传播自由论与网络传播主权论的斗争在 2011 年也更趋激烈。2010 年 1 月 21 日，美国国务卿希拉里·克林顿在《互联网自由》的演讲中明确表示，美国已经将不受限制的互联网访问作为美国外交政策的一个优先点。2011 年 2 月 15 日，希拉里在华盛顿大学发表了有关互联网自由的第二次政策演讲。2011 年 12 月 8 日，希拉里在荷兰海牙举行的网络自由大会上再次就同一主题发表演讲。在这些演讲中，希拉里多次点名批评中国。12 月 8 日，美国国会众议院举行“提倡全球网络自由”听证会，并推出“2011 全球网络自由法案”，矛头直指中国。互联网传播已经成为中国和美国及其他西方国家继人权、西藏、对台售武器等问题之后，又一个斗争的焦点，网络上的攻防战也必然日趋激烈。

虚拟社会加强管理

面对复杂的互联网传播生态，2011 年中国政府加大了管理力度。2 月 19 日，省部级主要领导干部社会管理及其创新专题研讨班在北京举行。胡锦涛总书记在开班式上作重要讲话，对当前要重点抓好的工作提出了八点意见，其中第七点为：“进一步加强和完善信息网络管理，提高对虚拟社会的管理水平，健全网上舆论引导机制。”这意味着将虚拟社会的管理纳入了整个社会管理的框架之中。

2011 年，多位政治局常委、政治局委员以及高层领导频密地到网络管理部门、业界组织和网站进行考察调研，这种状况是以往不多见的。高层领导在考察中均强调，网络虚拟社会对现实社会的影响越来越大，政府要依法加强管理，互联网企业也要加强行业自律，使互联网在服务民生、促进发展、维护和谐稳定中发挥更加积极的作用。

5 月 4 日，媒体发布新闻称，经国务院同意，国家互联网信息办公室（以下简称“国信办”）正式设立。中央外宣办、国务院新闻办、国信办主任王晨指出：“国家互

联网信息办公室挂牌成立，我国互联网信息服务和管理工作进入了一个新的阶段。我们将按照积极利用、科学发展、依法管理、确保安全的方针，积极推动互联网在中国健康有序发展。”国信办的成立是加强虚拟社会管理机制上的保证，将改变因多头管理而带来的缺乏宏观规划的弊病，强化各部门间的协调，同时也将保证从中央到地方管理体系的垂直高效，改变目前各地管理机构名称各不统一、隶属关系各不统一的局面。12月9日、10日，国信办在江苏省镇江市召开网络文化建设和管理现场经验交流会，会议通过“镇江经验”再次强调各地要认真贯彻落实“谁主管、谁负责”的原则，切实履行互联网属地管理责任。

2011年，各有关部门相互配合采取一系列专项行动，加大了对网上违法违规行为的整治力度，如打击网络购物领域制售假冒伪劣商品行动、打击非法网络公关行动、打击网络色情淫秽行动等。网络谣言是互联网上的公害之一，2011年3月，日本福岛发生大地震后，中国国内竟然因谣言而发生抢盐事件，传播之快、面积之广、规模之大，前所未有。针对网络谣言不断的情况，国信办加大了打击力度，网络新闻宣传局于9月30日、10月25日、12月3日向社会通报了查处“微博名妓若小安”、“歼10B坠毁”等网络谣言的情况。

网络实名制实行与否，从BBS阶段、博客阶段直至微博客阶段，始终被网民高度关注。12月16日，由北京市人民政府新闻办公室、市公安局、市通信管理局和市互联网信息办公室共同制定的《北京市微博客发展管理若干规定》发布，要求任何组织或者个人注册微博客账号，应当使用真实身份信息；网站开展微博客服务，应当保证注册用户信息真实。12月22日起，广州、深圳市的腾讯网、金羊网、大洋网、深圳新闻网、奥一网以及嘀咕网、饭否网等7家开展微博客业务的主要网站开始实行微博客用户使用真实身份信息注册。由此，实名制在微博客领域全面推行。

微博应用持续火爆

新浪于2009年8月推出微博测试版，2010年10月新浪首次对外宣布微博注册用户数为5000万，2011年11月，新浪宣布微博注册用户已达2.5亿，一年内整整翻了五倍。而腾讯在11月宣布的微博注册用户更高达3.1亿。国内提供微博服务的网站已达50多家。各大网站都不断开发出新的应用，提供用户更多更好的使用体验，并开发出针对智能手机和平板电脑的客户端，提供用户随时随地上微博的便利。

2011年是政务微博大发展的一年，同时也是政务微博趋于成熟化的一年。



人民网舆情监测室 12 月 12 日发布的《2011 年新浪政务微博报告》指出：政务微博趋于成熟化主要表现在群众观念、媒体素养、积极心态、时效性、透明度、理性建设性、组织保障、制度建设、管理规范、舆情应对、执政能力和危机管理思维等方面。

公安部门是率先全系统利用微博部门，对全国各系统、各部门开设微博起了带头示范作用。9 月 26 日，公安部在北京召开的公安微博：实践与前景研讨会，这是公安部门首次就微博召开全国性的专门会议。目前，全国公安微博已形成了以地市级公安政务微博为主并整合为微博群的“广东模式”，以省级公安政务微博建设为主的“北京模式”，以基层派出所和公安民警个人工作微博为主的“厦门模式”。

10 月 13 日，国信办在北京召开积极运用微博客服务社会经验交流会，进一步加快了各地政务微博上线的步伐。11 月 17 日，北京市新闻办公室发起的“北京 weibo 发布厅”正式上线；11 月 28 日，上海市新闻办公室发起的“上海发布”上线；12 月 19 日，广州市政府的微博“中国广州发布”正式上线。

政务微博的意义在于，促使政府信息发布更加透明快速，促使政府与民众的沟通对话更加主动，促使政府接受监督更加自觉。6 月，南京出台了《关于进一步加强政务微博建设的意见》。意见提出，要注重时效性，对各类的政务信息和涉及市民生活的公共信息，特别是灾害性、突发性事件，要求在事件发生后做到尽快或是第一时间进行微博发布；如果涉及老百姓切身利益的水、电、气、自然灾害等事件，要尽量做到一小时之内发布。

微博传播的巨大威力在社会生活中也发挥了独特的作用。1 月 25 日，学者于建嵘在微博上发起的“随手拍照解救乞讨儿童”行动，掀起了一场“微博打拐”的网络热潮，从而促使公安部门启动全国范围的打拐专项行动，并使一些代表、委员在 2011 年两会期间提出相关议案。3 月 9 日，记者邓飞通过微博发起向贫困山区小学生捐助“免费午餐”的“微公益”行动，亦促使国务院 10 月 26 日常务会议决定实施农村义务教育学生营养改善计划。这两个案例可称为 2011 年的“公民行动范本”。

中国微博如此火爆，引无数外人竞折腰。众多外国驻华机构、国际机构、政界要人、各界名人纷纷在中国微博平台上注册，这种状况是博客时代未曾有的。中国微博能量和影响力之大，常常超出人们的想象。9 月 13 日北京时间 23 时，联合国秘书长潘基文首次通过 Facebook、Twitter 和新浪微博与全球网民交流，全球网民共向他提出了近 6000 个问题，而其中约有一半都来自中国。国际货币基金组织新任总裁拉加德，在访华前的 11 月 7 日开通新浪微博，使用英文写作，其在 Twitter 上粉丝量为 2 万多，而在新浪微博上的粉丝量目前已近 17 万。

微博由于具有规模巨大的用户群，以及自身的传播特性，自然也成为新的营销利器。众多企业纷纷利用这一利器进行品牌营销、产品营销和服务营销，也取得了不菲的成绩。

2011 年业界大事

（一）主题报道影响彰显

2011 年是中国共产党建党 90 周年，这一主题成为网络媒体全年报道的重中之重。4 月 24 日，由中宣部、中央外宣办、中央文明办、中央党史研究室、教育部和团中央指导，人民网、新华网、中国网络电视台等 100 家网站共同主办的庆祝中国共产党成立 90 周年网上系列活动拉开帷幕。据不完全统计，截至 7 月 10 日，主要网站共发布稿件约 490 万篇，图片 210 万张，音视频报道 12 万余条，专题页面总访问量达 40 亿次，有近 4 亿人次通过博客、微博、论坛等互动平台向党寄语祝福。2011 年是辛亥革命 100 周年，亦成为网络媒体又一个宣传报道的重点。

10 月 23 日，刁娜在车流中舍身救人的事迹发生后，烟台重点新闻网站胶东在线的记者深入龙口采访刁娜事迹，在网上率先刊发布了“烟台最美女孩”的深度报道，被全国 150 余家网站转载，使刁娜的事迹广为传播。为弘扬助人为乐、见义勇为、勇敢担当的舆论氛围，激发全社会向善的力量，12 月 1 日下午，由胶东在线网站发起承办，中国城市新闻网站联盟携手全国各城市新闻网站开展的“爱传百城——寻找‘最美的你’”主题活动在烟台启动。参与活动的百家新闻网站遍及全国 31 个省、自治区、直辖市，成为 2011 年内最具特色的网络报道活动之一。

（二）网络监督重击弊端

网络监督之所以具有威力，说到底，其实质是以互联网为手段的无处不在、无时不在的公民监督。在成千上万的网民进行围观、爆料、人肉搜索的情况下，没有人或部门能够只手遮天，掩盖真相，封、堵、瞒、蒙的手段只会让政府部门为个别问题付出整体公信力的代价。有段子写道：“微博时代官场十大警示：① 接受采访不讲胡话；② 开会发言不抽名烟；③ 商务应酬不戴名表；④ 公务活动不开名车；⑤ 基层视察不打雨伞；⑥ 发表大作不抄名文；⑦ 与人约会不发微博；⑧ 寻花问柳不写日记；⑨ 灾难发生不露笑容；⑩ 突发事件不当新闻发言人！”该段子形象地概括了近年来受到网络舆论监督的典型事件。



“7.23”甬温动车追尾事故，可说是 2011 年最大的媒体事件。网络媒体与传统媒体的报道与网络舆论、社会舆论相互推动所形成的合力，又一次对重大突发事件的报道格局产生了突破性影响。大连反 PX 项目、广东汕尾乌坎村民众维权等持续时间长、规模大的事件，更是考验各地政府的执政能力和执政水平。郭美美的炫富行为引发的舆论风暴，直接导致中国最大的慈善组织红十字会乃至整个中国慈善体制陷入信任危机。2011 年发生的造成政府的危机事件，大多是由政府或官员不作为、胡作为、腐败作为所引发的；年内发生的造成企业特别是国企的危机事件，大多是由于企业的各类事故和高层丑闻引发的。而政府和企业面对各类事件，往往反应迟钝、傲慢对待，并试图隐瞒事实、控制媒体，这样的拙劣处理手法，又引发网民新一轮的炮轰、质疑、恶搞，使政府的形象和公信力跌到低点。《人民日报》12 月 22 日发表署名张铁的时评《乌坎转机提示我们什么》，文章指出，把握了群众利益的诉求点，也就把握了问题解决的关键点，要减少社会矛盾的触点、降低燃点，必须将社会管理摆在更重要的位置，解决好群众利益问题。

（三）文化自觉引领建设

2011 年 10 月 18 日，十七届六中全会作出《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》，提出建设社会主义文化强国的战略目标。其中明确提出：“实施网络内容建设工程，推动优秀传统文化瑰宝和当代文化精品网络传播，制作适合互联网和手机等新兴媒体传播的精品佳作，鼓励网民创作格调健康的网络文化作品。”

文化自觉和文化自信成为今年网络文化建设中的主题词，也成为互联网业界提升认识、采取行动的一个新起点。11 月 3 日至 5 日，国家互联网信息办公室在京举办互联网站和互联网企业负责人研讨班。与会互联网站和互联网企业负责人认为，互联网业界在建设社会主义文化强国奋斗征程中承担重要使命，必须以更加有力有效的举措大力发展健康向上的网络文化，推动互联网在传播社会主义先进文化、满足人民精神文化需求、促进社会和谐方面发挥更大作用。

各地网络文化建设在内容与形式的原创上精心策划精心制作，如北京的网络媒体连续主办面向广大网民的“网络文学艺术大赛”系列，2009 年的主题为网络小说，2010 年的主题为新民谣，2011 年的主题为网络原创歌曲。又如，以不同主题连续组织众多网站参与的“网络大过年”活动，集中展现中华民族的春节文化，2010 年主题为“风景这边独好·虎年网络大过年”，2011 年主题为“中华年夜饭·兔年网络大过年”，2012 年的主题已确定为“吉祥如意中华龙·龙年网络大过年”。

（四）法规判案进行规范

如今网络攻击事件在全球越来越频繁地发生，往往这类事件发生后，不少国家便指称是中国黑客所为。中国政府有关部门则一再表明立场：中国对网络空间安全十分关切；中国互联网除了有自身的脆弱性，遭受来自境外的各种网络攻击也日益增多，已成为世界上黑客攻击的主要受害国；中国反对任何形式的网络黑客攻击行为，反对任何形式的网络战和网络空间军备竞赛。因此，在 2011 年出台的法规中，最引人关注的是最高人民法院、最高人民检察院出台的《关于办理危害计算机信息系统安全刑事案件应用法律若干问题的解释》（自 2011 年 9 月 1 日起施行）。该司法解释剑指黑客，明确了制作黑客工具、销售黑客工具、非法获取数据、非法控制计算机信息系统、倒卖非法获取的数据、倒卖非法控制的计算机信息系统的控制权等各种行为的刑事责任，有利于从源头上切断利益链条。

在 2011 年众多的互联网纠纷及诉讼的案例中，引起广泛关注的有以下几类：

涉及传播淫秽：（1）1 月 10 日，北京市东城区人民法院以触犯传播淫秽物品罪判处江鹤（女）拘役四个月，她在几年的时间里上传了 200 多篇性爱小说；（2）2010 年在佛山等地 70 多次嫖娼，并将嫖娼心得和照片发在自己的“佛山大炮”博客中的林成龙，今年 3 月被南海法院以犯传播淫秽物品罪，判处有期徒刑一年。

涉及版权：（1）3 月 15 日，包括贾平凹、刘心武、韩寒等在内的近 50 位中国作家联名签署《“3·15”中国作家讨百度书》，称百度文库未获任何授权即收录上述作家的几乎全部作品并对用户免费开放，要求百度停止侵权。（2）时至年末，视频网站的版权诉讼大战又起：12 月 15 日，土豆网和台湾中天电视指称，优酷网恶意侵权盗播台湾中天电视授权给土豆网独占性信息网络传播权的《康熙来了》等五个综艺栏目，将向优酷提出 1.5 亿元的侵权赔偿，而优酷网随即于 16 日表示，将就近 100 部长期被土豆网盗播的热播影视剧、综艺节目及优酷出品的原创内容提请诉讼，维护自身的合法利益。

涉及名誉权：8 月 25 日，北京市第一中级人民法院对北京金山安全软件公司诉周鸿祎名誉侵权案作出终审判决：周鸿祎的行为构成对金山软件公司名誉权的侵犯。

涉及不正当竞争：9 月 29 日，北京市第二中级人民法院宣布腾讯公司诉“360 隐私保护器”侵权案的终审判决：北京奇虎、奇智软件以及三际无限的行为构成不正当竞争。

（五）股市表现亦喜亦忧

2011 年上半年，中国互联网公司出现了 IPO 上市热：3 月 30 日，奇虎 360 上市；



4 月 21 日，世纪互联上市；5 月 4 日，人人网上市；5 月 5 日，网秦上市；5 月 11 日，世纪佳缘上市；5 月 12 日，凤凰新媒体上市；6 月 11 日，淘米网上市。进入下半年，资本市场环境恶化，土豆网几经周折，终于在 8 月 17 日上市，但遭遇开盘即破发的境地。10 月 5 日，中国首家赴美上市的互联网公司中华网申请破产，更是平添了一份寒意，于是有关中国互联网是否再现泡沫的争论又一次展开。在股市不景气的背景下，一些原本上市的网站放缓了步伐，如讯雷 6 月初提交上市申请，7 月 21 日宣布无期限推迟上市。同日，盛大文学亦宣布暂停 IPO 计划，直到市场状况改善为止。又如，人民网一直被视为国家重点新闻网站将是在国内上市的第一股，原打算在年中上市的计划一直拖延，在 2011 年未能实现。

从总体发展看，中国互联网企业在国际资本市场上有长足进展。据艾瑞咨询公司 8 月的统计，2001 年中国上市互联网公司仅有 4 家，到 2011 年已增至 40 家；上市公司的市值总额，从 2000 年的 4.2 亿美元，已增至 2011 年的 1462.6 亿美元，增长了 346 倍，足以反映中国互联网企业实力的快速增长。但上市公司的表现有优有劣是不争的事实，那些经营状况较好的中国互联网公司，在上市之后往往才能继续保持良好的表现，因此，拥有核心业务并有所创新才是发展之本，是取得长期业绩的核心所在。

（六）移动网络快速扩张

业界人士认为，2011 年国内的 3G+WiFi 发展才真正进入成熟阶段。在政府联手中国移动等运营商的推动下，多省市在今年都投入了大力来发展无线城市建设。截至 10 月 13 日，已有 18 个省完成无线城市平台建设或进行平台升级改造，中国移动还在全国范围开展加速无线城市工程的布局，其中，北京、上海等中心城市的无线网络热点覆盖推进的最为快速广泛。如，根据《北京市“十二五”时期城市信息化及重大信息基础设施建设规划》，北京将累计建设无线接入点超过 20 万个，实现机场、火车站、高端商务区、星级宾馆、学校、交通枢纽等公共区域及地铁、公交车等公共交通工具上的无线局域网全覆盖。目前，已开通西单、王府井、奥运中心区、金融街、燕莎、中关村大街六大区域的 WiFi 服务，用户只要搜索并登录到“My Beijing”，便可实现免费上网。

从终端市场的角度看，目前正快速进入“后 PC 时代”，各类移动终端大行其道。国内在移动终端生产方面，2011 年引起轰动的是首款双核 1.5G 顶级配置的智能手机——小米手机的面世与销售。在平板电脑方面，除 IT 厂商研发的产品外，值得注意的是，一些媒体机构下属的科技公司也在进入这一市场，如北京青年报社下属公司研发了“北青 Pad”，北京人民广播电台下属公司研发了 1039Pad。

与全球流行的 iOS、Android 等系统相比，国内要形成包括移动终端在内的完整产业链，还要付出巨大的努力。

2011 年中国网络媒体与网络传播十大事件

- 2 月 19 日，省部级主要领导干部社会管理及其创新专题研讨班在北京举行，胡锦涛总书记在讲话中要求：“进一步加强和完善信息网络管理，提高对虚拟社会的管理水平，健全网上舆论引导机制”。
- 5 月 4 日，国家互联网信息办公室正式设立，标志着中国互联网信息服务和管理工作进入了一个新的阶段。
- 5 月 16 日，全国创建“文明网站”活动视讯会议召开，拉开了中央文明办、中央外宣办等部委联合通知在全国组织开展创建“文明网站”活动的序幕。
- 7 月 1 日，中国共产党隆重纪念建党 90 周年，这一主题成为网络媒体全年宣传报道的重中之重。
- 7 月 23 日，发生甬温线特别重大铁路交通事故，网络媒体与传统媒体的报道与网络舆论、社会舆论相互推动所形成的合力，对重大突发事件的报道格局产生了突破性作用。
- 9 月 1 日，最高人民法院、最高人民检察院出台的《关于办理危害计算机信息系统安全刑事案件应用法律若干问题的解释》开始施行。
- 10 月 15 日至 18 日，中共十七届六中全会举行，提出建设社会主义文化强国的战略目标，全会决议中明确提出“发展健康向上的网络文化”。
- 微博应用持续火爆，用户超过三亿，其中政务微博的大发展和成熟化，成为 2011 年微博的显著特点。
- 12 月 16 日，《北京市微博客发展管理若干规定》出台，随后广州、深圳、上海、天津等地亦采取相同措施，由此实名制在微博领域全面推行。
- 12 月 23 日，温家宝主持召开国务院常务会议，研究部署加快发展我国下一代互联网产业。



延伸阅读：“中国网事”与新华社战略转型¹

（一）“中国网事”是新华社战略转型的产物

2010 年 8 月 7 日，“中国网事”正式开栏。它对“起源于网、放大于网、互动于网、影响于网”的重大事件、热点现象、舆情动向、发展趋势等进行梳理和观察。尽管开栏仅仅一年，但在业界和社会上已产生巨大的影响。

“中国网事”是新华社战略转移的产物，是实施战略布局的一步好棋、高棋，其创办的意义远大于通常一家媒体策划推出的一个新闻报道栏目。

环顾全球媒体界，面对经济形势的变化和互联网等新媒体的崛起，正面临空前的挑战。尤其在进入 21 世纪之后，这种冲击来得格外真切。一些西方国家具有百年以上辉煌历史的媒体已经淡出历史。如在报界，美国百年老报《基督教科学箴言报》（*The Christian Science Monitor*）从 2009 年 4 月起停出印刷版日报；2010 年 2 月 26 日，离 150 岁生日还有 55 天，美国科罗拉多州最负盛名的《落基山新闻报》（*Rocky Mountain News*）宣布关闭；2010 年 3 月 17 日，《西雅图邮报》（*Seattle Post Intelligencer*）发行了最后一期报纸，标志着 146 年“印刷报龄”的终结。再如，在国际广播界，英国广播公司（BBC）、美国之音（VOA）、德国之声（DW）等广播机构纷纷削减众多语种的短波广播，其中包括 2011 年 3 月 25 日 BBC 停播了近 70 年历史的中文普通话短波广播，（说明：美国之音于 9 月 30 日发布简短声明称，2012 年联邦预算法案尚未敲定，因此仍维持运作，10 月 1 日暂不停播中文节目）。这种情况甚至波及通讯社，2011 年 8 月 31 日，有着 132 年历史的新西兰国家通讯社——“新西兰报联社”（*The New Zealand Press Association*）关张，标志有着 400 万人口的新西兰从此没有了国家通讯社。

究其原因，不外有三：一是西方国家经济不振，尤其是遭遇金融危机后，新闻媒体的广告来源萎缩；二是互联网等新媒体迅速崛起，媒体格局和媒体市场发生重大变化，新闻媒体原有的受众流失；三是新闻媒体自身长期经营不善，丧失了创新力和竞争力。《落基山新闻报》总编辑约翰·坦普尔直言：“如今，认为人们只有一种信息源而你就是那个信息源的话是不现实的……如果你不创新，我想你就麻烦了。”²2011 年 6 月 3 日，BBC 中文部与英国皇家国际关系研究所（Chatham House，

1 本文 2011 年 10 月 12 日首发于新华网传媒频道。

2 Wgq100108：《150 岁〈落基山新闻报〉关门 近期准备网络复出》，载于国际新闻设计协会中文分会网站 <http://www.sndchinese.cn/asp/content.asp?id=8>。

也称 Royal Institute of International Affairs) 联合举办了主题为《中国媒体自由及国际广播媒体研讨会》。BBC 中文总监李文在会上指出：“终止短波广播固然是一件让人伤感和遗憾的决定，但坏事也会变成好事。因为中文短波广播所花费的财政资源非常庞大，但得到的回报却很小，而且将来只会更小。相反，从长远来说，网络、手机、社交媒体及其他新兴媒体才更有可能为我们带来更大回报，才应该是我们未来发展的方向和重点。因此，放弃了短波，从积极的意义来看，会促使我们更集中资源和精力发展新的媒体平台。”¹

相比之下，在中国经济持续增长和政治社会稳定的大背景下，中国媒体市场依旧从整体上呈现繁荣的景象，因而对迎接挑战具有更充分的实力和更多的主动性，这也就是常说的难得的机遇期，然而，实施战略转型同样十分迫切。

新华社在其 80 年的历史中，在不同的阶段有过不同意义上的多次转型。步入 21 世纪数字时代、网络时代，面对挑战和机遇，战略转型的考量、决策和实施，再次摆到新华社领导的面前。

战略通常定义为，为实现某种目标而制定的“大规模、全方位的长期行动计划”²。

战略研究专家廖晓认为：战略是组织或个人基于一定环境假设条件下，基于组织或个人约束条件下对资源配置方向、结构、次序和时机等的决策逻辑，当企业环境假设发生或者正在发生根本的变化，而这些变化决定企业战略必须与时俱进，必须从一种战略状态向另外一种战略状态转变，这就是战略转型。³

只有看清和把握大势，才有可能实施战略转型；只有科学的、实事求是的战略转型，才可能开创新格局。新华社战略转型的起点是在 2008 年 9 月工作座谈会基础上制定的《工作设想》。这一文件明确了今后一段时期全社事业发展的总体思路，回答了新华社未来朝什么方向发展、怎么发展的重大战略性问题，明确提出了未来要达到的目标：即到 2015 年，要在组织结构、多媒体业态、内容生产、传播方式、营销模式、技术构成、管理体制等方面基本完成战略性转型。李从军社长撰写的《奋力开创新华社战略转型和事业发展新局面》一文（载于《中国记者》2009 年第 10 期）对新华社战略转型做了完整阐述。其中提出了“三个拓展”，即由传统新闻产品生产为主向现代多媒体新闻信息业态拓展，由面向媒体为主向直接面向终端受众拓展，

1 李文：《中文国际广播业未来发展的新思维》，载于香港《传媒透视》杂志第 7 期。

2 维基百科（Wikipedia）：“战略”条目，<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E6%88%98%E7%95%A5>。

3 廖晓：《中国企业转型三部曲之战略转型》，载于中国管理传播网，<http://manage.org.cn/Article/200612/41106.html>。



由立足国内为主向有重点地更大范围参与国际竞争拓展。

如果说，2009 年 5 月 11 日新华社多媒体中心揭幕、2009 年 8 月 10 日新华社与上海文广新闻传媒集团就手机电视、IPTV 等新媒体领域的合作签署框架协议、2010 年 1 月 1 日中国新华新闻电视网（CNC）上星向海外播放等，都是新华社战略转型的重大步骤，那么，“中国网事”则是以报道为突破口带动业态变化的一个组合产品。

将“中国网事”放在新华社战略转型的背景下观察，它具有“三个创新”和“一个加大”的鲜明特点。

（二）“中国网事”创新报道

“中国网事”的宗旨是“聚焦网事，走近网民，讲述网语，影响网络”。这一新闻栏目的报道对象是互联网，而它报道的手段是融新华社文字、图片、视频、动漫于一体的多媒体形态。2010 年 8 月 7 日，“中国网事”开栏首日播发报道《网视 80 秒，洪流中的揪心与感动》，一亮相便抓住了广大网民的心。一年来，已播发报道上千组，其中一些报道，如，《徒手抱接坠楼童 “最美妈妈”美名扬》、《中石化广东分公司承认网曝“巨额公款购高档酒”情况属实 大部分酒去向成谜》、《“买路钱”，万民怨：网传全国“路桥费排行榜”实地调查记》等，在社会上产生重大影响，成为国内外新闻媒体高转载率的报道。

新华社目前已从文字、图片为主的“两翼齐飞、图文并茂”的报道形态，演进到文字、图片、视频、动漫等多媒体报道形态。目前，仅“中国网事”的电视节目已达到日均播发 20 分钟。在视频报道的内容和形式、深度和广度等方面，“中国网事”还在不断加大力度。如，为了加强视频报道，“中国网事”项目组于 2011 年 8 月引进“朱玉工作室”。这是新华社第一个以名记者个人名字命名的以视频采访报道为主的工作室，具有较强的专题制作、机动调查与突发事件采访能力。“朱玉工作室”进入“中国网事”项目组后的第一件事，便是对相关记者进行视频拍摄、编辑方面的专业知识和技能的全员培训，进一步落实在策划、采写、播发等环节均体现全媒体报道的思路。

“中国网事”作为一块“试验田”，一年来，已初步建立了信息采集、编辑、制作、播发、营销等全流程的运作机制。目前“中国网事”项目组是一个“虚拟机构”，即在总编室的协调下，构建了以国内部、摄影部、音视频部为主体，对外部、参编部、《新华每日电讯》、新华网和新闻信息中心共同参与的运作机制。为了打造“中国网事”品牌，在发稿时标明新华社“中国网事”记者、“中国网事”电视记者、“中国网事”调研记者、“中国网事”评论员等称谓。

“中国网事”顺应受众对传播内容和接受方式的新变化、新需求，着力利用新的传播平台赢得主动。如在利用微博客传播方面，可以说已达到炉火纯青的地步。“中国网事”在新浪开设官方微博是8月5日，比栏目开通还要早两天。8月7日第一条报道发出后，连发15条微博进行“微报道”，并提供了完整报道的链接。当重要事件和突发事件发生，“中国网事”会在第一时间利用微博进行直播报道，利用微访谈等功能进行互动交流，甚至策划重大报道。如2011年中秋节来临之际，开展了72小时（从9月10日10:00至9月14日00:00）的“你在天边、你在眼前”报道活动，记者探访喀喇昆仑山上最高的哨所——位于海拔5380米的神仙湾哨，零时差、零距离地报道边防哨所人民子弟兵的点点滴滴，同时将广大网民的中秋祝福转达给他们。到目前为止，“中国网事”已在新浪、搜狐、网易、腾讯四大门户网站以及新华网开设微博，粉丝数量总计120万以上，技术上实现了“一键签发”。

新华社总编室主任刘思扬指出：“中国网事的诞生，改变了主流媒体对网络报道迟缓而不迅速，表面而不深刻、分散而不集中的状态。”¹战略转型实施之道是：删减不发挥作用不产生效益的项目；增添自己原来没有但具有前景看好的项目；变自己原来的弱项为强项；使自己原来的强项更强。“中国网事”的诞生属于第二种状况，这种综合的多媒体报道产品形态及报道机制原来是没有的，但在新华社固有优势的支撑下，短时间便具有了品牌效应，成为战略转型实施中的一个成功案例。

（三）“中国网事”创新文体

在新华社的发展进程中，被称为“新华体”的写作文体与之紧紧相随。新华社新闻研究所前所长文有仁2001年写过一篇《漫议“新华体”》的文章，开篇写道：“近20年来，我国新闻界对所谓的‘新华体’，即新华社新闻报道的文体，有不少议论。誉之者有之，贬之者有之。笔者总体上不同意使用‘新华体’一词，因对它的界定五花八门，很难说哪一个是科学的、准确的。此外，所谓的‘新华体’也不是新华社所独有的。”²新闻研究学者王君超2002年撰写的《是耶非也“新华体”》一文，深入论述了“新华体”的界定、由来、特点、作用，以及与时俱进变革的必要性。他在文章结束部分写道：“在改进‘新华体’的过程中，‘培元’应与‘固本’并举，即既保留‘新华体’的合理内核，又汲取‘散文化’的积极成分，同时采用符合时代、客户以及受众需求的新内容和新形式，并重视完善、优质的服务和策划，可望

1 刘思扬：《顶起网络进步的力量》，载于《新闻业务》2011年第34期。

2 文有仁：《漫议“新华体”》，载于《新闻爱好者》2001年第5期。



使老字号的‘新华体’跃上一个新的台阶。”¹

“中国网事”在微博时代，又一次在写作文体上进行“微创新”，为“新华体”注入了新的活力。

2011 年 6 月 9 日，“中国网事”栏目播发了三位年轻记者李柯勇、舒静、张舵采写的首篇“微博体通讯”《“向革命前辈借点勇气吧！”——互联网领军人物眼中的“红色奋斗”》。文章发出后，立刻引起巨大反响。仅北京地区就有 40 多家主要商业和门户网站在首页显著位置突出转发，网民 24 小时内对该稿的点击量超过 1 亿次，《华尔街日报》等西方主流媒体用中英文对稿件进行了转载和报道。

这篇报道的对象是第八届“北京网络媒体红色故土行”。这一活动从 2004 年至 2010 年已连续举办七届。今年，北京网络媒体协会组织 30 家网站的近 80 位高层管理人员前往上海和浙江南湖，在中国共产党诞生之地学习、感受中国共产党带领中国人民进行 90 年奋斗的历程。

新华社对这次活动的报道高度重视，将报道任务交给“中国网事”项目组。三位记者在随行采访中考虑最多的，是“红色”报道如何让读者，尤其是年轻读者欣然接受，实现最有效的传播。因为以往主旋律报道常常陷入“谁写谁看，写谁谁看”的境地，尽管采得费时、写得费力、改得费劲，结果却厚重感有余，传播影响及作用有限。三位记者最终确定以微博体作为这篇报道的文体，因为“红色故土行”主角是网络精英，平台是互联网，应该而且必须用新媒体的表现形式吸引更多人关注，展示新华社全媒体报道的新理念。“轻巧、明快、麻辣的语言风格，实时互动式的点评，都很适合讲述网络大佬的故事和随想。在 CEO 们灵光乍现、精辟犀利的言谈中，个人创业和革命奋斗、互联网文化和红色精神，形成了巧妙连接和有机结合。”这是一种从未尝试过的通讯写作方式，他们“先把数万字的采访素材打散、归类，再‘剪刀+糨糊’地拼贴起来，同时尽量保留口语化风格，做到原汁原味、凸显个性。稿子并未过多追求文采，而是更加强调真实可信，入耳入心。”当记者将稿件上报后，总编辑何平不仅认可了这一创新，而且把主标题和小标题改得更有网络表达的意境，比如“没有民众支持，‘神马’实力都是浮云”等。²

归纳起来，微博体通讯及微博体文章具有以下三个特征：

（1）每个自然段的文字简短，类似一条微博的容量，尽管不必拘泥 140 字，但

1 王君超：《是耶非耶新华体》，载于《报刊之友》2002 年第 4 期。

2 李柯勇、舒静、张舵：《建党 90 周年报道的一次“微创新”——首篇“微博体通讯”采写的背后》，2011 年 7 月 18 日总结材料。

言简意赅是必须的；

(2) 使用微博的主要表现形式，如文章中涉及的人的名字前加“@”，说明确为微博用户，同时使网民很容易在微博平台上找到真实的本人；转发别人意见时加“//”；遇到热点事件时可加“#主题词#”，诸如此类；

(3) 不论是作者撰写的部分，还是@他人的部分，要经过精心提炼，其中给人以深刻启示或久久回味的警句和语录式表达是必不可少的。微博体通讯的诞生，并非表明它是适用所有题材的报道文体。它的意义在于，记者要时刻保持对时代对生活的敏感，要善于把握新事物的特点和规律，并在自己的专业中有所创新。而更大的意义在于，新华社在战略转型中对文风、文体的革新意识，并以实践证明，“新华体”是在动态发展着的，“新华体”是多样化的，“新华体”能够历久弥新。

(四) “中国网事”创新业态

中国新闻界近年来有两个热词：一个是媒体融合，一个是全媒体。之所以出现，表明各类传统媒体在数字时代、网络时代的战略转型中，新的业态会逐渐形成。何谓媒体融合？简言之，就是各类媒体向其他媒体领域的进军与扩展，从而形成各类媒体你中有我，我中有你的形态。这其中包括两个意思，一是一种媒体向其他媒体领域进军，比如新华社向电视领域进军创办 CNC 等；二是所有传统媒体向新媒体领域进军。

“中国网事”栏目是多媒体报道形态，但带来的更深层的意义是业态的变化。如向电视领域的扩展——“中国网事”电视报道从 2011 年 10 月 1 日起，将实现卫视周播落地，初步确定与湖北卫视合作，节目同时在 CNC 播出，长度为 25 分钟；再如，向手机媒体领域的扩展——“中国网事”手机报于 2011 年 6 月实现在中国移动、中国电信两大平台播发，用户已近 5 万人。又如，向智能手机、平板电脑领域等移动终端的扩展——“中国网事”客户端程序于 2011 年 6 月 15 日上线。力争通过“全媒体”实现“全覆盖”，最大限度地提升传播力和影响力。

特别值得一提的是，移动终端客户端程序中精心创作出一个动漫形象——“e 哥”和以他为主角的国内首部动漫新闻评论节目。“e 哥有话说”日播一集，每集两到三分钟，目前已成为“中国网事”的核心新闻产品。它由新华社资深记者组成舆情搜集队伍和评论创作队伍，关注每日网络热点事件和网民鲜活的网言网语，用网民喜闻乐见的方式点评网事，经过文字稿——视频脚本——动画制作等环节，最终形成一集动漫视频。每集作品通过 e 哥生动夸张的形象和入木三分的评论，发挥了针砭时弊的独特作用，一经面世，立刻获得广泛好评。这一动漫视频已在浙江省 11 家电视台



播出。

在以上运作中，“中国网事”将如何面对市场如何营销作为一项全新的课题来探索。因为转型的重要一环是必须找到一条可持续的、稳定的、可获取较高收益的赢利模式。这是全球媒体都在上下求索的一道难题。对通讯社来说，原来的用户是各类付费媒体，但建立网站后，面对的便是免费享用的广大网民，如今要进一步通过手机、平板电脑等个人终端提供服务，就必须要有新的营收模式。一年来，“中国网事”在这方面也进行了多方努力。如湖北分社提出与湖北卫视独家合办“中国网事”电视节目的设想，在协商过程中确定了保底收入加广告分成的模式，“这种模式考虑到分社现阶段没有广告经营人员和广告资源的情况下采取的一种保守的收益方式。这种收益方式突破了电视台传统的合作方式，规避了新华社的收益风险。”¹再如，“e哥有话说”在制作、营销上引入市场机制，该产品由“中国网事”项目组通过浙江分社与浙江中南卡通股份有限公司联合出品，中国联通浙江分公司提供通信支持，杭州邦讯科技有限公司提供技术支撑。“中国网事”手机版的付费用户在不断增长的情况下，亦在抓紧筹备“e哥有话说”动漫手机报等其他提高附加值的新产品。

中国传媒新业态的发展，尽管有自己的特色，但也必须借鉴国外、境外媒体的经验和做法。如在新闻动漫产品的制作上，可以借鉴台港壹传媒集团的“动新闻”；在平板电脑客户端程序的制作方面，可以借鉴美国新闻集团的 iPad 版 *The Daily*。这其中既有新的传播形态呈现，也有新的业态展现；既有新的技术运用，也有创意、理念的启示。可以预见，“中国网事”未来的发展肯定是一个博采众长、多方合作、开拓市场、步步为赢的过程。

（五）“中国网事”加大对社会生活的干预力度

目前“中国网事”的报道内容主要包括四大系列：感动系列，报道感动网友的人物和事件；调查系列，深度调研网上热点事件和现象；核实系列，第一时间对网络热点、焦点进行核实、澄清；盘点系列，每周就网络舆情进行盘点和分析。一年来，“中国网事”以其高质量、高时效的报道，确立了在互联网新闻领域的引领地位，以自己的作为，加大了对社会生活的干预力度。如，“天价酒”报道，通过记者剥茧抽丝般的深入挖掘，使整个事件水落石出。又如，“路桥费”报道，直接促使五部委开展全国收费公路专项清理工作；再如，“网络水军”报道，引起管理部门的高度关注，随后在网络界开展了对这一状况的整顿。

“中国网事”以客观、权威的报道，揭示真相，引导舆论；以社会责任感，实施

1 汤洪利：《中国网事电视节目》，载于《新闻业务》2011年第34期。

监督，鞭挞丑恶，伸张正气；以对百姓的情怀，关注民生，树立草根英雄人物，弘扬真善美。“中国网事”项目负责人李俊指出：“网络最缺乏的是真相，更缺乏的相信真相。真相不仅仅是一个技术问题，还是一个社会问题，这方面的教训太惨痛了。”他进一步说：“我们不追逐真相，谁追逐真相呢？我们不提供真相，谁来提供真相呢？”¹这充分显示了“中国网事”的追求，显示了主流媒体的历史自觉、文化自觉和专业自觉，即对推动中国社会的进步有所担当；对构建互联网先进、优质文化有所贡献；对提升新闻报道的素质及传播力有所创新。

2010年12月，“中国网事”策划、发起的“感动2010”年度网络人物评选活动，将诞生刚刚仅4个月的“中国网事”的形象和影响力拉抬到空前的高度。它与社会上诸如“共和国脊梁”之类评选活动的价值取向完全不同，它不是为一些名人做“锦上添花”，而是为最平凡不过最普通不过的草根人物搭建一座闪光的舞台。活动的口号是“网络无疆，人间有爱，大美无言，草根有力”，参评对象是在网民中有较大影响力，主要事迹发生在本年度，或在本年度引起网络广泛关注的人物。这一活动让藏于民间的真善美发扬光大，而广大网民参与评选的过程，就是一次受感动受教育的过程。整个活动由于立意高，真正打动了人心，激发了网民的参与热情，甚至新疆维吾尔自治区党委书记张春贤也参与投票，并发出热情呼吁。在评选过程中，中国网民用了近200万张选票、近千万的点击量，最终从60名候选人中选出了10名年度网络感动人物，他们是：烤羊肉串的“慈善家”阿里木、“最美90后”铁飞燕、“百年义渡”万其珍一家四代、“背学兄弟”庄宏泉庄汇泉、“拾荒老娘”于化玲、农民工歌手“旭日阳刚”、“寻人志愿者”沈浩、“中国好人”王文清、支教女老师蔡加芹和“袖珍人”董志军。中国人民解放军总政治部也十分看重这次评选，特别申请将2010年12月5日甘孜州军分区独立营在扑灭山火中牺牲的15位官兵纳入其中。此时网民投票已经结束，但经终评会上与会者一直同意，决定增设评委会特别奖授予这一英雄群体。“中国网事”确定这一活动将一年一届持续下去，为了使这一活动更具常态化，从2011年起，采取先进行季度评选再进行年度评选的办法。2011年7月，由“中国网事”项目组编著的《草根英雄登上璀璨舞台——首届网络感动人物评选典藏版》一书正式出版。“中国网事”的报道和主办的活动表明，开展“走基层、转作风、改文风”的关键是媒体自身的追求和机制，并非靠领导机关号召，也并非靠运动的形式，否则依旧是表面文章。

“中国网事”是新华社战略转型的一个标志性产品，经过一年的运作，已成为主

1 李俊：《在追踪中逼近网络真相》，载于《新闻业务》2011年第34期。



中国网络媒体 20 年（1994—2014）

流新闻媒体的一个新品牌。创新造就品牌，品牌提升价值。“中国网事”的成功经验势必成为其他媒体战略转型的样本，并给力中国新闻业的可持续发展。

特别鸣谢：“中国网事”项目组负责人李俊于 2011 年 9 月 6 日接受我的采访，新华社北京分社记者张舵于 2011 年 9 月 7 日接受我的电话采访，并分别提供相关材料。

2012 年

网络反腐势头高涨

2012 年中国突发事件、热点事件频发，使网络舆情空前复杂，网络舆论持续高涨，网络反腐异常活跃。由“网络监督”发展到“网络反腐”，反映出处在转型、变革期的中国社会矛盾的加剧，反映出互联网对整个社会的深刻影响进一步彰显。

坚持发展毫不动摇

2012 年 11 月，中国共产党第十八次全国代表大会召开，选举产生了以习近平同志为总书记的新一届中央领导集体，明确了今后 5 年的工作任务和要求，提出了全面建成小康社会的奋斗目标。大会报告中指出，要“加强和改进网络内容建设，唱响网上主旋律。加强网络社会管理，推进网络依法规范有序运行”，表明“积极利用、科学发展、依法管理、确保安全”的基本方针将一如既往地贯彻执行。

12 月初，习近平同志在就任总书记后首次离京赴外地考察。12 月 7 日，在深圳参观考察腾讯公司时指出，现在人类已进入互联网时代这样一个历史阶段，这是一个世界潮流，而且这个互联网时代对人类的生活、生产、生产力的发展都具有很大的进步推动作用。他勉励中国互联网企业要为民族互联网产业走向世界贡献力量。

9 月 18 日，国务院新闻办公室、国家互联网信息办公室主任王晨在新兴国家互联网圆桌会议开幕式上发表主旨演讲，他通过大量数据和事实说明中国政府始终把互联网作为促进经济社会发展、加快改革开放进程的重要力量，积极为互联网的持续发展创造良好的法制、政策和市场环境。他指出，迄今为止，中国政府已投入近 1 万亿美元资金建设互联网基础设施，这是改革开放以来中国政府投资数额最多、推



进力度最大的领域之一。

然而，也存在另一种对互联网的认识。早期曾有人将互联网与“小报小刊”相提并论，谓之“小报小刊互联网”，意指它们是负面信息的源头并对负面信息起了放大传播的作用。不料在 2012 年 1 月号《求是》杂志刊登的题为《正确认识我国社会现阶段道德状况》文章中，又将网络媒体与小报小刊相提并论。这一看法显然是片面的、不准确的。说明中国接入国际互联网近 20 年，仍然有人在认识上有意无意地贬低、排斥互联网。尽管互联网的双刃剑作用始终存在，但党和政府今后仍然要把大力推进互联网的繁荣发展放在首要位置。

基本立场明确表达

在对待互联网自由的问题上，中国与美国等西方国家历来持不同立场。中国政府在很多国际场合均表达了以下基本立场：互联网自由不是绝对的，一个主权国家应该负起责任对互联网进行管理，使互联网得到健康有序的发展。9 月 18 日在北京开幕的新兴国家（中国、俄罗斯、巴西、南非）互联网圆桌会议和 12 月 5 日在北京开幕的首届中韩互联网圆桌会议，成为继中美互联网论坛、中英互联网圆桌会议之后，国家互联网信息办公室组织的又一个中国与他国多边或双边互联网对话交流平台。国信办领导在这些场合的主旨演讲中均阐明了中国对互联网的基本立场：中国政府始终依法管理互联网，坚持把政府、企业、网民等各相关责任主体都纳入互联网治理体系中来。政府在互联网治理中有义务承担更大责任，发挥主导作用，并督促互联网企业自觉维护法律尊严和社会道德准则，采取包括技术措施在内的必要手段阻止违法和有害信息传播。同时，中国政府也强调加强互联网领域进行国际交流合作的必要性，并一再表达与国际社会共同创造和平美好的网络空间的愿望。

网络舆情空前复杂

4 月，中国人民大学舆论研究所出版的《中国社会舆情年度报告（2012）》，一书中指出，2011 年全年具有社会影响力的网络热点事件总计 349 件（平均每天 0.96 件），根据该所的连续监测，2010 年为 274 件，2009 年为 248 件，显示社会热点事件数量不断攀升。结论是：在我国危机已不再是单个随机事件本身，而是环境、秩序、规

则的系统性破坏或错位，作为一种社会常态存在。凯迪网络 KCIS 舆情系统的统计数据显示，2012 年上半年全国发生 376 件热点事件，与 2011 年同期 83 件相比，今年是去年的 4.53 倍，从去年的两天一起到今年的一天两起，热点事件的发生出现“井喷”状况。

政治因为传播才成为政治。自从有了政治，相关信息的传播和沟通就成为政治活动的前提和基础。2 月引爆的薄熙来、薄谷开来、王立军事件无疑是 2012 年中国政坛最具冲击力的事件。官方对信息的释放与控制，坊间的爆料及各种传言，境外媒体、网站的率先报道、分析、评论等，密切交织在一起并达到前所未有的活跃。网民在微博、论坛中还发明使用种种隐语、暗语，都成为 2012 年具有显著特色的政治传播现象。

9 月 15 日至 18 日，全国 100 多个城市举行了反日游行示威活动，在对钓鱼岛主权表达中国立场的同时，多个城市出现失控的打砸抢烧事件，并出现多种政治诉求表达的情况，模糊了爱国主义表达主题。复杂的政治生态和社会生态决定网络舆情的呈现，很多重大事件一时甚至长时间难以看到真实的全貌。

近三四年来，各级政府和企事业单位对网络舆情的监测及对突发事件的应对越来越重视，这固然值得称道，但如果单纯为了发现所谓的负面信息，单纯为了应对危机事件，那就太狭隘了。网络舆情监测可以获得多方面的信息，从而可以帮助政府和企事业单位改进工作，甚至创新工作。更重要的是，政府需要通过对网络舆情的监测从整体上把握当今民意。期待社会稳定发展，同时强烈期待推进政治体制改革，当是今天的主流民意。

在提供网络舆情信息产品社会化服务方面，人民网舆情监测室、中国传媒大学网络舆情（口碑）研究所/艾利艾咨询（IRI）、武汉大学互联网科学研究中心已经成为这一领域的“前三甲”。在网络舆情信息产品发布也成为一种舆情的情况下，如何保证研判结论的客观性、全面性，在进入大数据时代后，如何保证数据采集分析的科学性、准确性，也成为专业机构面临的新挑战。

加强治理多管齐下

（一）在法规制定方面

3 月 15 日起，工业和信息化部制定的《规范互联网信息服务市场秩序若干规定》



开始施行。国家广电总局和国家互联网信息办公室于 7 月 9 日联合下发《关于进一步加强网络剧、微电影等网络视听节目管理的通知》，要求互联网视听节目服务机构对网络剧、微电影等网络视听节目一律实行先审后播。由国家新闻出版总署草制定的《网络出版服务管理办法》（修订征求意见稿）在 12 月 18 日在国务院法制办公室网站全文刊出向社会征求意见。在省、区互联网法规制定方面，西藏自治区发布了《互联网用户真实身份登记管理暂行办法》（5 月 1 日起试行）。12 月 28 日，第十一届全国人民代表大会常务委员会第三十次会议审议通过了《关于加强网络信息保护的決定》（公布之日起施行），这是继 2000 年 12 月 28 日九届 17 次人大常委会通过的《关于维护互联网安全的決定》之后，最高立法机构颁布的又一部有关互联网管理的法律。

（二）在专项行动方面

专项行动治理有的是持续进行的，如 2 月 27 日，国家互联网信息办等九部门再次启动深入整治网络淫秽色情和低俗信息专项行动；又如 7 月 1 日，国家互联网信息办公室、国家版权局等 4 部门联合启动打击网络侵权盗版专项治理“剑网行动”，这是继 2005 年以来开展的第 8 次网络侵权盗版专项治理行动。有的则是针对新情况而采取的，如针对所谓“军车进京、北京出事”等谣言，而于 4 月展开了依法严厉惩处利用互联网造谣传谣行为的行动。

（三）在行政监管方面

根据 2011 年 12 月，北京和广东等地相继发布的微博管理规定，自 2012 年 3 月 16 日开始实施，对用户采取“后台实名、前台自愿”的实名方式，未通过身份认证的微博用户将不能发言、转发，只能浏览。国信办和各地网管、通信、公安等部门对各类违法违规网站和人员进行了处理，破获了一批重大案件。

（四）在业界自律方面

基于奇虎 360 在 8 月推出搜索服务并引爆“3B 大战”，搜索市场掀起了新一轮恶性竞争，突显出相关企业规则意识的缺失。为此，中国互联网协会于 11 月 1 日，举行《互联网搜索引擎服务自律公约》签约仪式，百度、即刻搜索、奇虎 360 等 12 家企业当场签署。自律公约规定搜索引擎服务提供者有义务协助保护用户隐私和个人信息安全，尊重权利人的合法权益，抵制不正当竞争行为。

在微博管理方面，不少网站加强自我管理措施，如，新浪为建立公开透明的违规处理机制，于 5 月 8 日发布《新浪微博社区公约（试行）》，并同步发布《社区管理规定（试行）》及《社区委员会制度（试行）》。搜狐针对原创微博遭到剽窃、原创

的微博内容被人结集出版等屡屡出现的现象，2011 年底出台了《搜狐微博版权保护公约》，从 2012 年 1 月 1 日起实施微博作者签约制度。

（五）网站建立党组织

11 月 5 日，中共首都互联网协会（原“北京网络媒体协会”，2012 年 8 月更名）委员会在京成立，这是全国互联网业界组织成立的第一个党委。目前北京属地建立中共党组织的重点网站共有 9 家。百度、新浪及第一视频成立了党委，千龙网成立了党总支，首都之窗、空中网、开心网、奇虎 360 及优酷网成立了党支部。北京地区 26 家主要网站现有党员已达到 2680 人。

社交媒体影响再增

2012 年的伦敦奥运会被称为一届社交媒体奥运会，由于 Twitter 在信息传播的独特优势，一些评论进而称其为这是一届推特奥运会。8 月 2 日 CNN 亚洲版文章发表了题为《忘了推特吧，在中国，这是一次微博奥运会》，这家媒体以独到的眼光看到了微博给今天中国的传播格局带来的重要变化。文中指出：“奥运会在微博上激发起的讨论热情，显然穿越了中英两国 7 小时的时差。大家熬夜看比赛、刷微博，甚至讨论抨击在旧媒体时代，相对需要避讳的话题——举国体制。”据统计，奥运会期间新浪与奥运相关的微博数量是 Twitter 上该类信息数量的两倍多，仅 7 月 27 日开幕式当天就发了 1.19 亿条相关微博。8 月 7 日下午在刘翔比赛期间，新浪微博峰值发送量达到每秒 19183 条，创体育赛事最高纪录。

微博也已经成为政府部门执政为民、行政亲民的网络新通道，据人民网舆情监测室与新浪、腾讯共同发布的 2012 年政务微博报告数据显示，截至 11 月，经认证的新浪政务微博总数突破 6 万，腾讯微博总数突破 7 万。微博毕竟是各种表达、众声喧哗的平台，因此，政务微博要真正发挥作用和影响，还要进行很多网内网外的努力。

今天的社交媒体是一个庞大的体系，包括了繁多的新应用新平台，不仅仅是微博。社交媒体之所以具有巨大的传播威力与魅力，关键是它以人的关系、信息及时流动、平台间的开放共享为核心，不仅同一网站的众多应用平台完全打通，而且不同社交媒体平台间甚至不同终端间也相互开放，相互打通，让广大网民享受到超越以往的便捷的互动交流体验。



移动应用方兴未艾

2012 年可以视为中国全面进入后 PC 时代的开始。2 月底，中国手机用户已突破 10 亿，手机普及率达到 75%。至 11 月底，手机用户数突破 11 亿，3G 用户总数达 2.2 亿，3G 用户在移动用户中的渗透率由 2011 年底的 13% 提高到 2012 年 11 月底的 20%。中国互联网络信息中心第 30 次统计报告数据显示，截至 2012 年 6 月底，移动互联网网民达 3.88 亿，手机上网比例增长至 72.2%，使用手机上网已超过台式电脑。手机、平板电脑等移动终端的快速普及，将再一次改变互联网市场格局。

2011 年 1 月，腾讯推出微信产品后，用户数一路猛增，2012 年 3 月底突破 1 亿，9 月中突破 2 亿。随着版本的不断升级，“摇一摇”成为年轻人热衷的新社交方式。传统电信运营商的高管坦言，如果单从用户数来看，腾讯已经是中国的第二大运营商，微信等业务确实已给传统电信业务带来冲击。

从信息传播的角度看，APP 是内容提供者在移动终端上采用的最重要传播方式。因此众多新闻媒体和网络媒体纷纷抢占这一新的市场。如搜狐新闻客户端刊物总订阅读量在 2012 年突破 1.5 亿。在奥运会期间，搜狐新闻客户端在更新速度、内容丰富程度以及新闻获取方式上得到用户的认可。二维码的使用也进入成熟阶段，终于形成了市场大气候，随处可见的二维码已成为众多媒体、企业为受众、用户提供传播、营销的又一个重要入口。

新闻媒体双向动作

主流新闻媒体及其网站的双向动作是指其在市场上和传播上的积极做为。4 月 27 日，人民网（603000）正式登陆上海证券交易所挂牌交易。当天因暴涨盘中两度停牌，全天仅交易 42 分钟，最终报收 34.72 元，相比 20 元的发行价，涨幅高达 73.6%。这是中央重点新闻网站中首个上市的网站，具有指标性的意义。

在当下中国，客观存在两个舆论场。一个是党报、国家电视台、国家通讯社等“主流媒体舆论场”，一个是基于互联网的“民间舆论场”。7 月 11 日，人民网舆情监测室撰写的《打通“两个舆论场”》一文（此为“善待网民和网络舆论”系列网评五

篇中的第一篇)刊发,引起普遍关注和好评,并在第二十二届中国新闻奖的评选中,获得论文二等奖。文章强调:打通两个舆论场,呼唤民众的理性表达和有序参与,政府显然负有更大的责任。官方媒体和各级领导干部能否认真反映和倾听民意,化解民怨,疏通和激活体制机制,让社会紧绷的神经放松下来,为人心活血化瘀,是减少社会舆论对抗性的关键。

主流新闻媒体在打通两个舆论场方面,一个重要的动作是开设官方微博,人民日报于7月22日开通官方微博@人民日报;中央电视台新闻中心于11月1日开通官方微博@央视新闻。新华社的中国网事、新华视点等早在2011年已成为有影响的媒体微博,而在2012年新华社为增强在互联网上的国际传播力,还以“Xinhua News Agency”名义开设了Twitter账户@XHNews,从3月1日起正式刊发新闻报道。

据中国人民大学舆论研究所和灵思营销11月联合发布的《2011—2012年媒体微博运维白皮书》的统计数据,截至2012年11月18日,新浪微博媒体机构账号总数1.8万左右,腾讯微博媒体账号总数2.3万左右。主流新闻媒体固然力求通过微博打通两个“舆论场”,但深化自身深化改革并在新闻传播领域有大作为,方是打通两个信息场、两个舆论场更重要、更有效的出路。

网络报道规模可观

国内外重大事件和活动历来是网络媒体倾力报道的重点,中共十八大宣传报道无疑是2012年重中之重,网络媒体利用多种传播平台,以空前的规模和丰富的手段,进行了全方位报道。据统计,全国网站共开设专题专栏1760个,发布稿件近10万篇,图片7万余幅,音视频报道2.2万余条、34万分钟,组织在线访谈455场次,十八大开幕当天网站总浏览量达5.5亿次。神舟九号成功发射并与天宫一号成功对接、“辽宁号”航母服役、歼15舰载机成功试飞、载人深潜器“蛟龙”号创下潜深度记录等科技、军事领域中的一项项新成就,以及莫言获得诺贝尔文学奖等,网络媒体均给予了最及时最详尽的报道。

网络媒体对2012年伦敦奥运会的报道,更是从市场布局到赛场报道做了精心策划,将自己最大的优势发挥出来。中国网络电视台(CNTV)对电脑、手机和电视三屏融合的全媒体业务进行了整体布局,将以往“奥运+电视”的模式向“奥运+全媒体”方向转变,赛事的大众传播模式向着用户定制、用户参与的模式转变。在现场报道方面,CNTV和中央电视台一起,向前方派出多达500名记者和30个采访组的



庞大报道团，5600 个小时的奥运赛事直播，其中 4300 个小时是电视上没有的。CNTV 的口号是：“不在现场，就在中国网络电视台。”

2011 年 8 月 9 日，中宣部、中央外宣办等五部门联合下发《关于在新闻战线广泛深入开展“走基层、转作风、改文风”活动的意见》，这一活动持续至 2012 年。各地网络媒体亦积极响应号召行动，如北京多家知名商业网站由总编辑负责，协调新闻等多个频道和部门参与，并采取与中央重点新闻网站结对子的方式，赴北京平谷、河南“南水北调”工程、江西江铜集团进行采访报道。在“走转改”深入基层报道基层的过程中，网络媒体从业人员的新闻观得到明确，业务水平得到提升。

网络传播百态呈现

网民是网络传播的主动参与者，在互联网进入 Web 2.0 阶段后，其作用与影响与日俱增。这一股力量给网络传播带来多样化的形态，造成了一系列令人瞩目的新现象。

（一）网络反腐势头高涨

网络监督、网络反腐的力度在今年陡增，众多官员在网民的爆料后经纪委监察部门调查核实证明情况属实而下台，这些贪腐官员已可以开列一张长长的名单。

2012 年 1 月，中国人民大学危机管理研究中心主任唐钧主持的《官员形象危机 2012 报告》发布。报告指出：“2012 年，官员形象危机处于高危状态，危机事件高发、易发，官员形象的形势更加严重，社会负面影响增多。”网民利用个人网站、论坛、博客、微博客等功能，对问题官员的丑行进行爆料揭露、人肉搜索、声讨抨击，也利用段子、漫画、PS 照片、制作视频等多种手段对问题官员的丑行进行讽刺恶搞，使问题官员瞬间便身败名裂。

网上揭露贪腐官员，一般分两种情况：一是由专门的民间网站爆料：如前些年李新德主办的“中国舆论监督网”以及朱瑞峰主办的“人民监督网”等，在操作上手法专业，目的明确，对象、时机、材料等掌握到位。二是网民随机爆料，对象、动机、时间、性质等因素多不确定，有的是内部知情者，也包括贪腐官员的二奶、情妇因利益问题反目进行爆料。2012 年最有影响的三个案例为：① 11 月 20 日，一篇题为《重庆北碚区委书记雷政富接受性贿赂与少女淫乱》的文章与视频截图出现在人民监督网上，随后迅速蔓延到整个网络。据该网站创办者朱瑞峰称，该视频系

从重庆警方有关人员手上获得，此外还掌握了多段其他重庆高官的淫乱视频。11月23日，中共重庆市纪委表示不雅视频主角确系雷政富本人，同时中共重庆市委决定对雷政富免职并立案调查。随着深入调查，时至2013年1月，重庆有10名党政干部、国有企业负责人被免职。^②8月26日，陕西省安全生产监督管理局局长、党组书记杨达才在处理延安重大交通事故现场，因不经意的一个微笑被人拍照上网引发争议，继而引发网友进行“人肉搜索”，发现他在不同场合戴有十多块名表，并指证其腰带和眼镜架亦价值不菲，于是有关部门跟进调查于9月21日对杨达才进行撤职处理。^③12月12日，在中央编译局工作的博士后常艳实名发表十二万字长文《一朝忽觉京梦醒，半世浮沉雨打萍——衣俊卿小N实录》（网上版本简称《编译局言情录》），声称自己与局长衣俊卿有婚外情，详细披露了先后17次在多间酒店开房，以及获得100万元人民币掩口费等情况。2013年1月，中央编译局衣俊卿因生活作风问题被免职。

《中华人民共和国宪法》第二十七条规定：一切国家机关和国家工作人员必须依靠人民的支持，经常保持同人民的密切联系，倾听人民的意见和建议，接受人民的监督，努力为人民服务。中共十八大后，出现连续的网络揭腐甚至通过实名的方式在网上举报或披露高层级领导干部，成为民间反腐新的瞩目现象。每一起网络揭腐事件的成功都令网民兴高采烈，同时给整个官场带来莫大的冲击和压力。官员丑闻使执政党蒙羞，官员级别越高造成的恶劣影响越大。如衣俊卿事件表明，权色交易已进入到中央最高学术机构，对党中央刚刚提出的“制度自信、道路自信、理论自信”是极大的讽刺。

对于网络反腐的作用、意义和存在问题，社会各界也展开了讨论。一个基本的认识是：^①网络监督实质上是以互联网为手段的无处不在无时不在的公民监督，在互联网时代，这种监督已成为广大民众对执政党实施监督的一种必然方式，网络反腐是网络监督的题中应有之义。^②民间网络反腐自身也存在一定缺陷，如网民多采用“无官不贪”的“有罪推定”，“顶他到‘双规’”、“扳不倒也要广而告之”是网民采取集体行动的普遍心态；性与政治的混搭传播最令网民兴奋，一些官员“艳照门”事件中的影像曝光及大面积传播，有损公序良俗；全民“扒粪”时代，伤害社会信任体系，侵犯个人隐私；爆料者身份模糊，容易被官场斗争所利用。^③有效解决贪腐这一沉痾顽疾，执政党必须坚定反腐决心和完善反腐机制，制度反腐仍要发挥主力作用，同时将民间反腐力量纳入到整个反腐资源的配置之中。同时，网民和意见领袖亦要加强自律，在法律和公序良俗的范畴内审慎用好话语权。

（二）网络善举感动人心



正能量是 2012 年网络中频繁使用的一个词汇。它的一个基本特征就是通过发现发扬普通人身上的真善美将其转化为全社会的友爱和谐、积极向上、务实真干的力量，而网络正是激发正能量、传递正能量的有力手段。很多网友自发寻找身边的感人故事发布到网上，更多的网友将自己的感动在转发中传递，并加入自己的感悟。最美女教师张丽莉、最美新娘李成环、最美司机吴斌等普通人所做出的不普通的事迹令广大网民动容称颂传递。当危难来临时，众多不留姓名的网民志愿者迅速行动献出爱心。如北京遭受 7.21 暴雨的当晚，当网友听说机场滞留大批旅客时，马上倡议开私家车前往免费接送，志愿者车队以双闪灯为统一标识。当大批乘客在公路上被洪水包围时，150 多名农民工奋不顾身进行救援。他们不是事不关己的观望者，而是尽自己所能的行动者。在 9.15 西安反日游行示威时，一个名叫李昭的小伙子举着“前方砸车，日系调头”的纸牌站立街头的照片被广大网友转发，他所表现出的理智和良善，成为那几天对抗街头暴力狂热和丑陋的代表形象。

正能量能让邓飞发起的贫困山区小学生的“免费午餐”活动形成规模，也能使凡人小事变得非同寻常。80 后女漫画家凌一凡的 86 岁外公患了重病，5 月 11 日她画了一幅外公的肖像画发到微博，希望网友能够带着这张画在所在地合影给外公看。这条微博短短一小时转发破万，5 天时间便收到网友发自世界众多著名城市的 2 万多张照片。尽管老人于 5 月 24 日离开人世，但老人在人生的最后 13 天完成了一次周游世界的梦想。这场带外公旅行的爱心活动，让无数网友奉献了爱也共享了爱，体验到了一个充满爱的世界。

（三）网络争辩气氛火爆

1 月 15 日，IT 人士麦田发表博文《人造韩寒：一场关于“公民”的闹剧》，质疑韩寒作品代笔。1 月 21 日，方舟子介入，发表第一篇质疑博文《“天才”韩寒的文史水平》，于是“方韩大战”在网络上爆发，众多方、韩粉丝投入，不少学者也参与其中。这场论战持续多月，规模空前，涉及细节追究、逻辑论证、求真精神等方面，但整个过程也始终伴随谩骂诽谤、人身攻击甚至人身威胁。综观多起网络争辩，已鲜有理性的讨论，上来就是脏话，暴戾之气弥漫，斯文彻底扫地，甚至进行“网络约架”，最终发展至一场丑陋的闹剧。典型的一例是女记者周燕（网名“此是燕云”）与中国政法大学副教授吴丹红（网民“吴法天”）网络约架，并于 7 月 6 日下午在北京朝阳公园南门在一些网友的围观起哄下发生肢体冲突，成为多起网络约架事例中首次成功实现的一例，但结果是以周燕被公安机关刑事拘留三天告终。

（四）网络炒作超越底线

利用网络炒作，年年都有，其中既有个人，也有企业、机构。在 2012 年个人炒

作事件中“高悦儿”、干露露母女、“总参一姐”、“美的惊动了党”、“馨儿徽安”等女性大出风头。其实，手法不外是炫富和暴露身体，但有的为了吸引眼球，故意将自己的身份标明为军人和警察。这样超越底线的炒作不仅为大众所不齿，而且有的被法律所制裁，如网名为“馨儿徽安”的23岁女模特王某便因冒充警察被判刑9个月，缓期1年。

令社会大众大跌眼镜的是，一些高等学府的教授也屡屡以出格的言论挑起事端，颠覆为人师表的形象，如北京大学教授孔庆东继2011年爆粗口对待采访记者后，2012年在《孔和尚有话说》这一视频评论栏目中多次张口骂人，尤其是在1月19日的一期节目中辱骂香港人，直接给内地人与香港人交往时已经出现的一些磨擦火上加油，引出一场风波。

近年来电子商务领域竞争激烈，利用网络炒作亦成为一些电商企业屡屡使用的手段，2012年8月的电商价格大战便是通过京东高管所发微博挑起的，相关企业快速跟进后短短时间内形成前所未有的混战局面。9月初，国家发改委经调查表态，认定电商企业虚构原价、未履行零毛利承诺、表明有货实无货及重合商品少等行为，涉嫌欺诈消费者。这一事件最大的教训是，对销售服务类企业和网站而言诚信经营、诚信办网应摆在首要位置。

（五）网络流行大众狂欢

网络流行是互联网中独特而常见的现象，是由社会文化、众人心理、事件由头、传播路径等因素共同催生的。2012年最火的流行非韩国歌手PSY的一曲《江南Style》莫属。7月，这首MV上传YouTube后，至12月点击量已超过10亿人次。不仅世界各国包括中国在内不知出了多少个视频模仿版，并造成了全球风行骑马舞的局面。“元芳，你怎么看”、“杜甫很忙”、“高富帅”“白富美”、“屌丝”、“你幸福吗？”、“航母Style”等，均是2012年的网络流行。一句用语、一个姿势的流行折射出网民的心态，或许是一种释放，或许根本是凑热闹。

网络流行还表现在网民采取集体行动上，如1月31日美国总统奥巴马正式开通了Google+的实名认证账号后，中国网民发起了所谓的“占领奥巴马”活动，在奥巴马发布的每一条新信息后面，马上有大量中国网民“抢楼”、“占沙发”，一时间评论留言几乎全部是中文，内容五花八门，令国际互联网界大跌眼镜。不少网络流行似乎带有不可思议的成分，但每一次流行都会给网民带来刺激和兴奋，万事皆可娱乐亦是互联网的一个传播特点。



2012 年中国网络媒体与网络传播十大事件

- 1 月，“方韩大战”爆发，成为 2012 年最具代表性的网络论战。
- 2 月，薄熙来、薄谷开来、王立军事件引发的冲击及持续的网络政治传播几乎贯穿全年。
- 3 月 12 日，两大视频网站优酷、土豆宣布合并，改变了原有的网络视频市场格局。
- 3 月 16 日，微博实名制正式实施，提供微博平台的主要网站也陆续出台自我管理措施。
- 4 月，针对网上出现的政治谣言，“依法严厉惩处利用互联网造谣传谣行为”行动展开。
- 4 月 27 日，人民网在上海证券交易所挂牌交易，成为国内新闻网站上市第一家。
- 7 月 9 日，国家广电总局和国家互联网信息办公室联合下发《关于进一步加强网络剧、微电影等网络视听节目管理的通知》，对网络视频新形式的传播进行规范。
- 8 月 16 日，奇虎 360 推出综合搜索服务从而打破搜索市场原有格局并继而引发与百度搜索之间的争端，俗称“3B 大战”。
- 12 月 7 日，习近平总书记后在深圳参观考察腾讯公司，勉励中国互联网企业要为民族互联网产业走向世界贡献力量。
- 12 月 28 日，第十一届全国人民代表大会常委会第三十次会议审议通过了《关于加强网络信息保护的决定》，旨在保护网络信息安全，保障公民、法人和其他组织的合法权益，维护国家安全和社会公共利益。

延伸阅读：王立军事件展现的网络政治传播¹

3 月上旬，我到国外旅游，15 日早上回到北京。8 点进家门，10 点刚过便收到手机发来的“重庆市委主要负责同志职务调整”的新闻。久违的国内政治氛围立刻扑面而来。我稍事洗漱和休息后，便长时间上网“恶补”半个月来所短缺的国内信息。

3 月 17 日晚，我已躺在床上准备睡觉，但还是打开 iPad 浏览了一下微博，看看当晚网友还有什么“爆料”。随着手指的划动，一条微博映入眼帘：“抓紧看，不多

1 本文刊于《南方传媒研究》2012 年第 35 期。

说啥了。”附有图片格式的长文，我一看当时就震惊了：因为标题是《中共中央办公厅关于王立军私自进入美国驻成都总领事馆滞留事件进行调查处理的情况通报》。仅仅两天，就能在网上看到“中央文件”，这与我所经历的1971年“九·一三”事件时的信息传播状况截然不同，毕竟是互联网时代了。中央有这份文件吗？内容属实吗？抱着这些疑问，立刻翻身下床，打开台式机，依据文中的一句特别说明“根据网上录音听打”，于是决定先找到这一录音。从网上信息传播规律看，只要这一录音上了网，找到它并不困难。

政治，特别是高层政治离普通人很远，但是，当有了互联网，特别是有了社交媒体大行其道的互联网，你可以感觉政治离你很近。以上我个人的表现可以视为王立军事件网络政治传播中网民行为的一幅“截图”。

政治传播（Political Communication）从狭义的角度看，是政治主体围绕政治利益、利用整治语言的表达技巧所进行的修辞行为，其目的是说服受众，达到政治主体希望的目标。从广义的角度看，一切与政治有关的资讯传递都是政治传播。我看过梁越（北京化工大学文法学院2009级马克思主义中国化研究硕士研究生）写的一篇文章，标题就很精彩——《政治因为传播才成为政治》。自从有了政治，相关信息的传播和沟通就成为政治活动的前提和基础。政治传播的内涵很丰富，但最简洁的定义，恐怕还是英国学者布赖恩·麦克奈尔在《政治传播学引论》中的表述：政治传播为“关于政治的有目的的传播”。也就是说，政治传播的内容是与政治有关或有政治意义的信息，政治传播本身亦是一种政治行为。海南大学传播学研究中心主任毕研韬教授在《中国亟需政治传播学》一文中指出：“政治传播是指政治系统内信息的创建、塑造、传递、加工及其效果，传播者可以是政府、组织、团体或个人”

在政治事件中，新闻媒体的报道、评论是政治传播中的重要组成部分，而进入互联网时代，传统意义上的政治传播便进入到一个新阶段。特别是Web 2.0造就了网络社会化、大众化的局面，新技术、新应用不断将个人进行传播的门坎降低，每一个人都可以轻而易举地参与其中进行信息的分发与分享、互动。近年来，全球火热使用的社交媒体（Social Media）更将互联网的传播威力和魅力发挥至极致。因此，Facebook、Youtube、Twitter等社交媒体，在中国则是最具代表性的微博，自然在今天的政治传播中扮演了重要的角色。

王立军事件犹如一出情节跌宕起伏的大片。在第一季中，网民首先通过微博爆料成都街头出现的异常情况，继而可以挖掘出王立军被带往北京的机票信息。在第二季中，尽管两会上重庆代表团媒体开放日的情况，3月14日温总理在记者会上的讲话，3月15日中央关于重庆领导人事调整决定，都是由主流新闻媒体尤其是由中



中央电视台、新华社报道的，但民众显然不会满足短短 46 个字的决定披露的信息，他们的关注迅速扩展到更广的范围，希望得到更多的内幕，于是各种传言、猜测在微博上不胫而走，大量境外媒体的分析、评论造成每个人的电子邮件收发量大增。不管真实与否，先转发再说。网民在微博、论坛中还发明使用种种隐语、暗语，甚至带动了公众对中央电视台每晚《新闻联播》的观看，都成为此期间具有中国特色的政治传播现象。

在王立军事件这样影响全局的政治事件中，何时释放“正面信息”，如何释放“正面信息”，对党中央来说也是一个挑战。《环球时报》或许正是关注到了近期网络舆情，3 月 22 日发表了《重庆调整后的中国社会理性》的社评，其中写道：“我们相信党中央目前正加紧围绕公众的政治关切开展工作。我们也希望一些结论的形成能更快些。权威声音来得越快，社会就越清晰，公众也越踏实。在一些时候，速度的意义远远超过速度本身。”大有催促党中央的意味。

随着社会进步，公民的政治参与已成为一个全球趋势。我认为可以分为三个层次：一是政治关注，即对政治信息关注并进行力所能及的传播；二是政治议论，即能在公共传播平台上（不是私下）表达自己的观点、态度、看法，对公权力实施批评与监督；三是实际政治参与，即能真正参与到政治性活动中，如占领华尔街之类的抗议活动、维权活动、选举活动等。今天，环顾世界各国，可以看到任何形式的公民政治参与都和互联网紧密联系在一起。通过王立军事件，也可以看到中国公民政治参与的呈现方式。而互联网成为当今中国政治传播的主媒介，已是不争事实。

我在以往的文章中说过，中国网民的一个显著特征是：家事国事天下事，事事关心。今天若换个表述：世情国情党情，情情心系——也是同一个意思。必须看到的是，互联网上的政治传播是现实政治的“镜像”，中国是一个复杂的大国，它存在的种种问题都必然会在互联网上得到真实呈现，各种社会矛盾、争斗和冲突都必然会延伸到互联网上，尤其在重大政治问题和重大政治事件发生时，各种政治力量、不同利益集团以及各个阶层都必然要在互联网上发声，以期达到自己的目的。因此，围绕王立军事件的发展，对王立军、薄熙来及“重庆模式”的评价，对事件造成的巨大冲击和震荡的解读，对未来中国政治走向的期待和建言等，互联网上必然有多种声音。

如今，王立军事件“大片”第三季已经开演，围绕这一事件的政治传播还会出现哪些情况和现象，让我们继续看下去。

写于 2012 年 3 月 24 日

2013 年

让网络空间清朗起来

2013 年中国网民规模达到 6.18 亿，互联网普及率达到 45.8%，再创两个新高。国务院新闻办公室 2010 年在《中国互联网状况》白皮书中指出：“中国政府将继续致力于推动互联网的发展和普及，努力在未来 5 年使中国互联网的普及率达到 45%，使更多人从互联网受益。”这一目标提前两年实现。

1983 年 1 月 1 日被视为现代互联网诞生纪念日¹，迄今已整整三十年。全球互联网用户在 2013 年底达到 27 亿，中国互联网用户占比 22%，即全球每五个网民中便有一个中国网民。中国互联网市场不仅是全球规模最大的，而且今后依然有巨大的增长空间。

中央把握全局 三位一体推进

发展好、利用好、管理好互联网，是全面看待和处理互联网各方关系的基点，为中国接入互联网后历届党中央所强调，以习近平为总书记的新一届领导集体同样对这一问题给予了全局把握。

2013 年 9 月 30 日上午，中共中央政治局举行第九次以实施创新驱动发展战略为题的集体学习，采取走出中南海把“课堂”搬到中关村进行调研、讲解、讨论相结合的形式进行。中央领导了解了包括云计算、大数据、高端服务器等在内的发展情

1 1983 年 1 月 1 日，国际互联网的前身美国阿帕网（ARPANET）开始采用 TCP/IP（传输控制和网际通讯协议）作为网络通用语言，让载有不同软件及硬件的电脑互相连接，成为互联网发展基石。



况，听取了包括联想公司的柳传志、百度公司的李彦宏、小米公司的雷军在内的科技界领军人物的汇报。习近平在主持学习时强调，实施创新驱动发展战略决定着中华民族前途命运，要敏锐把握世界科技创新发展趋势，紧紧抓住和用好新一轮科技革命和产业变革的机遇，把创新驱动发展作为面向未来的一项重大战略实施好。

10月31日，国务院总理李克强在中南海主持召开了他就任总理以来由专家学者和企业家代表参加的第三次经济形势座谈会。阿里巴巴公司的马云受邀参会。马云对总理说，马上就到11月11日了，老百姓戏称这天为“光棍节”，而淘宝网则把这天打造成了“中国消费者日”。李克强赞许地说：“你们创造了一个消费时点。”2013年11月11日支付宝成交金额一举突破350亿元，再次显示了中国互联网经济的巨大活力。

2013年，党中央加大了反腐肃贪的力度，截至12月中旬，已有10多名省部级官员落马，其中包括蒋洁敏、李东生两名十八届中央委员，让全社会看到了中央打“大老虎”的决心和力度。政治局常委、中纪委书记王岐山十分重视互联网的作用，在他的指示下，中纪委监察部原有的五个网站整合后于9月2日推出了全新的综合性政务门户网站。该网站的重要功能之一，是向网民提供通畅的举报通道。

2013年，在推进中国互联网发展方面有两项大动作。一是国务院于8月1日发布《“宽带中国”战略及实施方案》，不仅提出了2020年前两个阶段性的发展目标，还明确了加快宽带网络建设的技术路线、发展时间表、五项重点任务和七个方面的扶持措施，表明宽带建设已在国家战略层面实施。二是工信部于12月4日宣布向中国移动、中国电信、中国联通颁发“LTE/第四代数字蜂窝移动通信业务（TD-LTE）”经营许可，意味着中国由此迈入4G时代。

年内，党中央通过两个重要会议对互联网管理工作提出了新的要求。8月19日，全国宣传思想工作会议在北京召开，习近平总书记到会作了重要讲话。他在谈到正面宣传和舆论斗争时指出，要健全基础管理、内容管理、行业管理以及网络违法犯罪防范和打击等工作联动机制，健全网络突发事件处置机制，形成正面引导和依法管理相结合的网络舆论工作格局。他强调，互联网已经成为舆论斗争的主战场，要把网上舆论工作作为宣传思想工作的重中之重来抓，使网络空间清朗起来。11月9日至12日，中共十八届三中全会在北京召开，全会决定要求，加大依法管理网络力度，完善互联网管理领导体制，形成从技术到内容、从日常安全到打击犯罪的互联网管理合力，确保网络正确运用和安全。习近平总书记在关于全会决定的说明中，再一次强调网络和信息安全牵涉到国家和社会稳定，是我们面临的新的综合性挑战，并且一针见血地指出，现行管理体制存在明显的“多头管理、职能交叉、权

责不一、效率不高”的弊端。

整治网络谣言 再次亮剑行动

国家互联网信息办公室原部署从5月9日起在全国范围内开展为期两个月的规范互联网新闻信息传播秩序专项行动，但实际上成为延续数月、多管齐下、力度不断加大的一场整治行动。8月10日，国家互联网信息办公室主任鲁炜与十多位网络名人举行座谈，指出网络名人应承担更多的社会责任，传播正能量，并提出“七条底线”，即：法律法规底线、社会主义制度底线、国家利益底线、公民合法权益底线、社会公共秩序底线、道德风尚底线、信息真实性底线。中央电视台《对话》栏目制作的《网络名人的社会责任》节目于8月18日播出。由此，整治行动进入高潮。

8月23日晚，网络大V薛蛮子因涉嫌嫖娼被公安部门拘捕。随后，各地公安机关雷厉风行地对网络谣言制造者传播者以及网络诽谤者、敲诈勒索者进行了抓捕。9月9日下午，最高人民法院和最高人民检察院公布了《关于办理利用信息网络实施诽谤等刑事案件适用法律若干问题的解释》，并于9月10日起施行。至此，整治行动的震慑力显现。

近三年来，国内微博发展迅速。据8月公布的统计数据，103家微博平台的用户账号总数已达12亿，并产生了一批大V账号，在新浪、腾讯两大微博平台上，拥有10万以上粉丝的账号数超过1.9万个，100万以上的超过3300个，1000万以上的超过200个。这些大V在发布信息、转发信息、表达意见观点方面已具有很大社会影响。经过网络专项整顿行动，至10月，网络信息传播和网络舆论场出现了一系列变化。人民网舆情监测室的数据显示，负面帖文和情感词烈度下降；舆论热度下降，如在余姚大水灾害中，新浪微博中的相关信息量为17万条，远低于“芦山地震”的499万条和北京721暴雨的61万条；意见领袖的活跃度下降，如抽取“芦山地震”中表现活跃的50位意见领袖的微博，在余姚水灾中转发表示关注的只有27位，发表评论的仅16位。

8月1日北京地区网站联合辟谣平台上线，成为整治行动中的一个亮点。平台由千龙网·中国首都网负责内容搭建，搜狗负责数据整合，20多家主力网站、专业网站及北京市属主流新闻媒体加盟。平台以技术为支撑实现了平台开放和数据互通共享。它设有谣言公示、谣言曝光台、钓鱼网站曝光台、“照妖镜”、恶意骚扰电话甄别、警方行动、专家视角等栏目。平台不仅能够快速整合传播辟谣信息，而且对提



升网民的媒介素养将发挥引导培养作用。

11 月 28 日，国家互联网信息办公室副主任任贤良指出，2013 年打击网络谣言行动取得了成效，过去网络信息泥沙俱下，现在网络空间晴朗了许多。他还表示，针对互联网当前存在的一些乱象，将加强互联网立法的统筹规划和总体协调，抓紧出台《互联网信息服务管理办法》、《互联网新闻信息服务管理规定》等法律法规，增强现行法律、法规的适用性和操作性，不断提升互联网管理的效能和水平。

新兴媒体势强 传统媒体转型

随着各类新媒体咄咄逼人的态势，传统主流媒体战略转型的步伐随之加快。1 月 4 日，国家广播电影电视总局下发了 2013 年 1 号文《广电总局关于促进主流媒体发展网络广播电视台的意见》，要求将网络广播电视台提升到与电台电视台发展同等重要的地位，鼓励电台电视台与宽带互联网、移动通信网等新兴媒体结合，发展新形态广播电视播出机构——网络广播电视台，经过三至五年的努力，确立网络广播电视台在新媒体传播格局中的主流地位。由此可以感受到广电系统面对新媒体挑战时的整体危机感。

在传统报业在新媒体的冲击下，更面临读者流失、广告下滑、盈利降低的严峻现实，这一切倒逼传统报业战略转型。2013 年，报业领域引人瞩目的一个事件是，10 月 28 日由解放日报报业集团和文汇新民联合报业集团整合重组的上海报业集团正式成立。新集团将实现资源重组、结构再造，制定更积极的新媒体发展计划，增强自身的传播力、影响力。成立揭牌日的下午，上海报业集团便与百度公司签订了战略合作协议。而在 2012 年，解放日报报业集团已与腾讯公司合作建立了大申网。也就是说，上海报业集团建立伊始已和两大实力互联网公司联手。

在资本运作收购方面，10 月，国广控股以 9080 万港元（约 7185 万人民币）收购中华网互联网门户业务。国广控股由中国国际广播电台全资的国广传媒发展有限公司与同方股份、浙报传媒控股集团成立的嘉融投资发起设立，从事媒介资源整合和媒介服务业务的投资开发和经营管理工作。按照国广控股的规划，中华网将会整合中国国际广播电台、中国国际广播电视网络台的音视频等资源，最终发展成为一家具备全球影响力的国际化媒体平台。

传统媒体对新媒体手段的具体运用上，应该说是与时俱进的。中央电视台《新

闻联播》的结束语为“了解更多的新闻，请关注我们的微博、微信和客户端”，据统计，以“央视新闻”为品牌的微博、微信和客户端总用户量已达 5000 万，反映了今天的传统媒体借助新渠道新终端进行内容分发的新变化。截至 11 月底，在新浪、腾讯两个平台上开设的媒体机构微博账号已超过 3.7 万个。利用新技术，添加原来没有的表现形态，弥补自身的先天劣势，也是传统媒体着力推进的一方面。如《人民日报》7 月 1 日在头版刊登《致读者》，提出将分步推进传播形态创新，利用二维码、图像识别等技术，在印刷版上将部分稿件原来单一的文字形态扩展为音视频等多媒体形态。

在媒介融合及众多媒体实施的全媒体战略背景下，岁末又看到这样一幕：12 月 13 日，东方网、河南人民广播电台、郑州晚报社签署三方战略合作协议，联手在河南打造公共服务智能终端项目。该项目旨在提高智慧城市物理基础，通过专门终端机的显示屏实现公共信息发布，同时争取实现终端机上的服务项目与手机等移动客户端的整合。传统媒体向新媒体领域的进军，不可能一帆风顺，2013 年“即刻搜索”（前身为“人民搜索”）的式微是一个例证，前两年一些传统媒体试图打造自己的 Pad 终端产品遭遇失利是又一例证。进军高度市场化的互联网及新媒体领域必须了解和遵循其规律，尤其是传统媒体试图独立构建自己的平台、渠道、终端体系时，应对市场态势有准确把握，对产业链有深入分析，对产品项目进行充分评估。

在 11 月 8 日第十四个记者节到来之际，国家新闻出版广电总局公布了全国持有记者证的新闻采编人员的人数，目前已达 25 万 3000 余人。值得注意的是，其中首次提到中央重点新闻网站已取得 2009 版记者证的共有 611 人。2014 年将换发新版记者证，网络媒体记者证的发放范围是否会进一步放开，人数是否会有较大幅度的提升，则有待观察。媒体融合时代对新闻从业人员的“全媒体”采编发手段的技能掌握和运用亦提出了新要求。3 月 3 日，全国政协十二届一次会议在北京开幕，一名女记者头戴 Hero 摄像机，颈上挂着专业相机，手中拿着手机在“全副武装”进行采访的照片，反映了今天媒体环境的变化。

重大事件传播 网络风头依旧

今天，微博、微信、移动终端客户端成为使用人数最多、传播力最强的三类新媒体形态。至 11 月，微博用户数量已达 13 亿，微信用户量已达 6 亿，国外用户数量突破 1 亿。因此，在重大事件发生时，微博、微信必然发挥重大作用，有时甚至成



为传播的主角。8月22日至26日，薄熙来受贿、贪污、滥用职权案在济南市中级人民法院公开审理，“@济南中院”对庭审情况进行了全程实时播报，及时、准确地披露庭审信息，148条微博近16万字的图文以及薄谷开来作的证视频，极大地满足了广大群众对薄熙来案的关切，同时显示了中国司法审理的透明、公开，获得了全社会的高度评价。

薄熙来案庭审新闻发布和信息传播的一个重要特点是，济南中院官方微博成为唯一的新闻源，由于其内容发布具有可控性，又可避免国内外众多媒体各自发稿可能出现的差错和混乱，实为设计安排上的一个高招。不仅是薄熙来案，6月和7月，王书金强奸杀人案在河北省邯郸市中院两次开庭审理，河北省高院进行了庭审微博直播。9月，北京法院网官方微博“@京法网事”亦对冀中星案、大兴摔童案、丁书苗案、李某某等人强奸案等4个社会热点案件进行了庭审直播，这成为2013年政法微博的年度特色。

12月28日，习近平总书记中午到庆丰包子铺就餐后，经新浪微博账号“@四海微传播”和腾讯微博账号“@万丈乡愁”率先刊发消息和照片后，再经媒体微博、各大网站和网友微博、微信的转发，这一新闻立刻传遍了整个网络，成为2013年网络传播富有戏剧性的事件。

新媒体的强劲发展，造就并不断强化了一人一媒体的局面、所有人向所有人传播的局面、人人麦克风的局面和众声喧哗的局面。从年内发生的网络热点事件看，有三类事件最易形成网络热传和网络热议：①涉及大局和高层的事件；②涉及社会公平、正义的事件；③涉及百姓生存环境和生活质量的事件。评价以往历史功过、质询当前政策得失、探讨未来发展方向，不同声音在网上表达各自的立场，意识形态领域中的多元观点也在网上激烈交锋。互联网全球传播、即时传播的特点，使境外媒体或网站率先爆料试图对中国国内舆论场产生更大影响的事件屡屡发生，而国内现实中的政治雾霾加上互联网复杂的传播生态，使得大量虚假信息、似是而非的信息每时每刻奔来眼底，使人们一时难以看清事件的真相，这些都成为2013年网络传播的显著特点。

2012年12月6日上午，《财经》杂志副主编罗昌平连发三条微博向中纪委实名举报国家发改委副主任、国家能源局局长刘铁男学历造假，巨额骗贷，对他人恐吓威胁等问题。12月7日，国家能源局新闻办公室指称此揭发“纯属污蔑造谣”。经过5个多月的沉默期后，2013年5月12日，中央纪委宣布刘铁男涉嫌严重违纪。8月8日，刘铁男因严重违纪违法被开除党籍和公职并移交司法机关。这是2013年最具代表性的网络反腐案例。

5 月，一起复旦大学学生的投毒案件导致发生在 19 年前的清华大学女生朱令的铊中毒案再度回到公众视野，不仅掀起网络舆论高潮，而且网民以动员集结的方式到美国白宫网站进行签名，结果在很短的时间内便突破 10 万人次，尽管网友知道这种请愿不会产生实质结果，但要借此表达一种愿望和权利请求。

近年来，各级各地政府应对网络舆情常会出现以下两种状况：① 史翠珊效应（Streisand effect）¹，即试图阻止公众了解某些事件信息，结果适得其反，反而使该事件信息为更多的人所了解所传播。② 塔西陀效应（Tacitus effect）²，即当政府失去公信力时，不论说真话还是假话，做好事还是坏事，都会被公众认为是在说假话，做坏事。11 月 22 日，中石化青岛黄岛输油管道发生泄漏爆炸造成重大伤亡事件，当地媒体采取了先失声无语后涂脂抹粉的报道模式，遭到广大网民的狂批，便是一例深刻的教训。

在当代社会中，伦理是一个行业从业人员的行为基准与道德原则，不仅涉及从业人员的个人尊严与操守，也关系整个行业的声誉。今天，媒体的伦理表现出下降的趋势，饱受社会各界的批评。2013 年仅网络媒体首发的假新闻和发生的重大差错就接连不断，如老外街头扶摔倒大妈遭讹 1800 元、深圳 90 后女孩当街给残疾乞丐喂饭、山东滨州警方称接到电死“外星人”报警、湖北一对情侣天台野战双双坠楼身亡、女囚死刑实录揭世界最黑暗一面、《红楼梦》后二十八回手稿回到祖国、上海一男子中 4800 万彩票后开跑车炫耀辞职、亚马逊创始人称收购《华盛顿邮报》非本意系点错鼠标、伊斯坦布尔获得 2020 年夏季奥运会主办权等等。网站刊发各类出位照片、PS 新闻照片等更是司空见惯。王菲宣布与李亚鹏离婚后于 9 月 13 日晚抵达北京，腾讯娱乐频道的一线人员甚至逼停她的座车强行进行拍照。网络媒体及其从业人员必须认识到违反专业操守和专业规范，发生假新闻及重大差错传播，都将极大地伤害自身的公信力。

-
- 1 美国歌手、演员芭芭拉·史翠珊在告摄影师肯尼思·阿德尔曼的网站保护个人隐私为由，令网站移除阿德尔曼从空中所拍摄的 12000 张含有其住所的加州海岸照片，结果短时间内吸引众多的人前来浏览网站。美国博客作家麦克·麦斯尼克先使用“史翠珊效应”一词。
 - 2 普布里乌斯·塔西陀（Publius Cornelius Tacitus，约 A.D.55~120 年）是古代罗马伟大的历史学家。近年来，国内文章中频频使用“塔西陀效应”或“塔西陀陷阱”一词，但到目前为止都未能标明其准确出处。



业界竞争激烈 市场变换多端

2013 年移动互联网继续呈现快速增长态势。截至 9 月底，中国手机用户已突破 12 亿。据中国互联网络信息中心第 33 次统计报告，截至 12 月底，手机网民规模已达 5 亿，占总网民数的 81.0%。2013 年中国新增网民中使用手机上网的比例高达 73.3%，远高于其他设备上网的网民比例，手机依然是中国网民增长的主要驱动力。无线路由器已成为越来越多的家庭必要设备，越来越多的公共场所提供免费 WiFi 已成为必要服务，人们可以随时随地地上网成为移动互联网带来的新景观。

互联网不同应用之间在 2013 年呈现此消彼长的态势。微博用户规模比 2012 年下降 2783 万人，使用率降低 9.2 个百分点，而即时通信用户整体规模在移动端的推动下比 2012 年增长 6440 万，使用率高达 86.2%，继续保持第一的地位。微博经过 2010 至 2012 三年的快速增长态势出现转折，固然由于用户对微信等新应用的需求，但互联网环境治理的影响也是显而易见的。

如今，在使用人数最多的微博、微信、移动客户端三大应用领域，产品版本在不断升级，功能在不断添加。如微信在“我的银行卡”功能界面中，陆续添加精选商品、手机话费充值、购买彩票电影票等多个功能，不断尝试 O2O 新服务模式。不少企业看好移动即时通讯社交产品，也纷纷研发推出自己的产品，如网易的“网信”、阿里巴巴的“来往”、京东的“咚咚”等，都试图以此建立稳定的客户关系，围绕微生活、微服务而做大文章。在传播功能上，微信类产品不仅为网民提供了各类信息快速流通的新渠道，还搭建了一个自媒体内容分发的新平台。如果说网民 2013 年在微博中发言有所自律克制的话，代之的则是微信群中信息传播的空前活跃。

近年来，网络视频是中国互联网发展最快的领域之一。视频网站及网站视频频道对重大事件的视频报道、人物视频采访、各类专题节目、自制剧、微电影以及大量引进的国外影视节目等，极大改变了以往电视为主格局的市场。与此同时，网友拍摄上传的视频内容也越来越丰富，制作越来越精良。2013 年，以新浪秒拍、腾讯微视为代表的短视频产品又进入市场。在视频收看方式上，多屏时代已经来临，现在人们每天通过计算机、智能手机、平板电脑收看视频节目的时间超过电视，已成为大趋势。

网络视频市场格局每年都会发生较大变化，2013 年也不例外。5 月 7 日，百度宣布 3.7 亿美元收购 PPS 视频业务，并将其与爱奇艺合并。10 月 28 日，苏宁云商宣

布，将与联想控股旗下弘毅资本共同出资 4.2 亿美元战略投资 PPTV，从而出现了电商和视频网站跨界牵手的一幕。截至 11 月底，百度移动视频端的用户数已突破 1 亿。移动互联网给视频流量带来翻天覆地的变化，优酷土豆在 PC 端花四年半或者更长的时间打造的流量，移动互联网一年的时间就做到了。

网络视频领域始终弥漫着竞争的硝烟，其中包括因盗版问题引发的一次次“大战”。如今，视频网站的节目盗版已经从原有的直接盗播演变为通过电视机盒子等硬件，或以移动终端聚合视频 APP 为手段进行盗链盗播。11 月 13 日，搜狐视频、腾讯视频、优酷土豆、乐视网四大视频网站联合中国电影著作权协会、美国电影协会、日本内容产品流通海外促进机构、万达影业、光线传媒等机构，以空前的阵势发布“中国网络视频反盗版联合行动宣言”，要求制裁百度、快播等日益严重的盗版、盗链行为，同时宣布已向法院起诉，向百度索赔损失 3 亿元。

网络视频业的快速发展及发展中面临的新问题，也促成了“首届中国网络视听大会”（11 月 28 日、29 日，成都）的举行。大会以“责任与创想——构建活力、人本的互联网视听新生态”为主题，以网络视听内容建设为核心，对主流媒体与新兴媒体融合、技术创新与内容创新相结合的路径进行了探讨，反映了业界的关注、期望和一贯努力。

网络安全重要 亟须建立规则

“网络安全”和“网络自由”问题多年来始终是中国与美国等国的一个交锋点，业已成为影响中美双边关系的一个重要因素。2013 年在网络安全问题上，美国对中国“从事针对美国的网络黑客攻击”的指责达到空前激烈的程度且贯穿全年。2 月 18 日，美国网络安全公司曼迪昂特（Mandiant）发布了《揭露一个中国网络间谍单位》（*APT1: Exposing One of China's CyberEspionage Units*）的报告，描述中国人民解放军第 61398 部队对美国和其他西方国家 100 多家公司网络系统进行侵入，以窃取重要的商业机密。该报告内容经《纽约时报》2 月 19 日报道后，引发了美国和国际社会的巨大反响。在随后几个月的时间内，美国政府的一些高官、国会议员、研究机构、企业、新闻媒体等形成合力对中国进行谴责，甚至奥巴马总统在 3 月 14 日晚打电话祝贺习近平当选中国国家主席，以及奥巴马总统在 6 月 7 日、8 日与习近平在加州庄园的会晤中，都毫不客气地提出这一问题。一时间，美国掀起的国际舆论使中国陷入极大的被动。



对于美国的指责，中国外交部一再表明中国的立场：中国法律禁止黑客攻击等任何破坏互联网安全的行为，中国政府坚决反对一切形式的黑客攻击，坚决打击相关犯罪活动。国防部也表示，中国军队从未支持过任何黑客活动，有关中国军方从事网络攻击的说法既不专业，也与事实不符。但也必须看到，中美在网络安全问题上，既有对立，也有对话。4 月，美国新任国务卿克里在首次访华期间宣布，经双方同意，在中美战略安全对话框架下设立网络安全工作组。7 月，第三次中美战略安全对话在华盛顿举行，7 月 8 日，第一次网络安全工作组会议举行，双方就网络工作组机制建设、两国网络关系、网络空间国际规则、双边对话合作措施以及其他共同关心的问题进行了坦诚、深入的交流。此前，外交部在 6 月 14 日举行的记者会上宣布，外交部近日已设立网络事务办公室，负责协调开展有关网络事务的外交活动。

6 月 5 日，经英国《卫报》率先报道，斯诺登（Edward Snowden）事件曝光，此后数月不断发酵，美国国家安全局（NSA）实施的“棱镜计划（PRISM）”随之暴露在光天化日之下。这一项目对美国及他国民众的通信和网络活动进行全面的秘密监听监视，对象甚至包括盟国的政府首脑。美国对中国大陆及香港发起网络攻击的内幕事实也被揭出。斯诺登事件不仅彻底暴露了美国一贯所持的双重标准的面目，同时给中国和其他国家敲响了警钟。中国在网络安全领域的实力尚十分薄弱，这一事件势必进一步推进中国树立网络空间安全观和确立网络空间战略意识。

2013 年中国网络媒体与网络传播十大事件

- 党中央在 8 月全国宣传思想工作会议和 11 月十八届三中全会上对互联网管理工作提出新的要求。
- 1 月 4 日。国家广播电影电视总局下发 2013 年 1 号文，要求将网络广播电视台提升到与电台电视台发展同等重要的地位。
- 5 月 9 日起，规范互联网新闻信息传播秩序的专项行动在全国展开，进入 8 月后达到高潮。
- 5 月 12 日，中纪委确定《财经》杂志副主编罗昌平以微博实名方式举报的国家发改委副主任、国家能源局局长刘铁男贪腐一案，成为 2013 年最有影响的网络反腐案例。
- 8 月 1 日，国务院发布《“宽带中国”战略及实施方案》，表明宽带建设已在国家战略层面实施。
- 8 月 22 日至 26 日，“@济南中院”微博对薄熙来受贿、贪污、滥用职权案进行庭审全程实时播报，获得全社会的高度评价。

- 9月9日，最高人民法院和最高人民检察院公布《关于办理利用信息网络实施诽谤等刑事案件适用法律若干问题的解释》（9月10日起施行）。
- 11月13日，搜狐、腾讯、优酷土豆、乐视等公司以“中国网络视频反盗版联盟”名义召开发布会，指责百度、快播存在视频侵权行为，向百度索赔由此带来的损失。
- 12月4日，工信部宣布向中国移动、中国电信、中国联通颁发4G牌照，意味着中国迈入4G时代。
- 12月28日，习近平总书记中午到庆丰包子铺就餐后，经新浪微博和腾讯微博率先刊发消息和照片后，再经媒体微博、各大网站和网友微博、微信的转发，这一新闻立刻传遍整个网络，成为2013年网络传播富有戏剧性的事件。

延伸阅读：无国界互联网与威权互联网¹

各位领导、各位同仁，包括远道专程而来的外国同仁：

上午好！

刚才一些同仁在发言中使用了两个概念：一个是管理，一个是治理。我们今天这个论坛的主题用的也是“治理”的概念。同仁都指出，管理强调的是政府一方的行动或者行为，而治理强调的是社会各方共同的参与。

由于时间的原因，我今天和大家交流的题目只能集中到一点，主要围绕政府的互联网管理模式。发言的题目是《无国界互联网与威权互联网》。

无国界互联网，在这里具体指的是互联网信息的无国界传播，就是我们常说的无远弗届全球传播。

我们都知道，传播技术的发展不断打破地域、国界的限制，书报刊等印刷媒介在传播空间上受到很大制约，到了广播时代，短波已成为国际广播的一个重要手段，而通信卫星更成为全球传播的一个利器，它所起到的实际效果，就等于把自己的广播电台、电视台架设到了其他国家。

进入互联网时代，其实延续了信息无国界传播的老问题，但是也产生了新问题。一方面，网站必须物理地被托管于服务器上，而服务器必须置放于这一国或那一国；

1 本文系在首届互联网治理论坛上的发言，该论坛由中国传媒大学文法学部主办，2013年12月8日举行。



这些网站由企业来运营，也需在这一国或那一国注册，因而决定它们的物理运营必须遵守该国的法规，同时互联网也必须在物理上存在的国界之内或之间的网络上运行。另一方面，互联网上的信息节点，不论是影响巨大的网站，还是毫不知名的自媒体，都可以通过多种方式轻而易举地实现全球传播。

由此产生了各国对于互联网传播的两种基本立场：“信息流通自由论”和“信息流通主权论”。

美国等西方国家持“信息流通自由论”这一立场。2010年1月21日，美国国务卿希拉里在《互联网自由》的演讲中明确表示，美国已经将不受限制的互联网访问作为美国外交政策的一个优先点。2011年2月15日，希拉里又在华盛顿大学发表了有关互联网自由的第二次政策演讲，主题为“互联网的是与非：网络世界的选择与挑战”。她重申了把网络上的接入自由、表达自由、集会自由和结社自由共同称为相互联络自由的理念。中国政府向国际社会表达的是如下基本立场：互联网自由不是绝对的，一个主权国家应该负起责任对互联网进行管理，使互联网得到健康有序的发展。当然，在互联网领域，即使在中美之间，不仅有对立，也有对话，甚至在打击网络犯罪时也有合作。

相信各位都会对今年的一则新闻给予关注：9月29日，中国（上海）自由贸易试验区正式挂牌，香港《南华早报》于此前的9月24日报道称“沪自贸区将取消对Facebook等国外网站限制”。人民网记者经采访后于次日随即报道，上海自贸区的网络管理措施不会变化。9月27日晚，上海自贸区管委会相关人士明确表示，自贸区内互联网将依法管理，没有特殊。同日《人民日报海外版》发表的署名文章写道，上海自贸区不会设“网络特区”，强调上海自贸区是经济特区而不是政治特区……只要拥有正常的理智，就不可能想象会在国势蒸蒸日上之时主动在自己境内设置新的“政治租界”，从而表明了中国在互联网管理上没有“例外之地”的立场。迄今为止，在接入方面只有一个特例，那就是澳门大学横琴岛校区，但那可以视为澳门特区的延伸，与自贸区的情况不同。

刚才很多同仁在发言中都讲到，今天现实中各种各样的违法犯罪行为在互联网上都可以得到体现。而从传播的时空来看，就是我前面讲的无国界互联网的特点，即互联网传播从境外到境内，或从境内到境外再到境内，不过是一瞬间的事儿。因此，在互联网上的较量，包括技术上屏蔽与反屏蔽、封锁与反封锁，每时每刻都在进行。美国政府直接资助一些“翻墙”软件的研发，如最新的一款软件“灯笼”（Lantern）11月开始进行测试。美国的一家研究机构曾专门对中国互联网用户的“翻墙”行为做了一个抽样调查。

威权互联网，在这里具体指的是中国政府对互联网的管理模式。

“威权主义”(Authoritarianism)被认为是 20 世纪产生的一个重要的政治学概念，用以对一个国家政体或治理国家形式的概括及描绘。近年来，在中国学界也有广泛讨论。有不少学者将改革开放后中国的特征视为威权主义，亦有学者将现阶段称为“新威权主义”。

就我个人的观察，境外研究机构和学者最关注的中国互联网两大主题，一是互联网给中国社会带来何种影响和变化；二是中国互联网的管理。

美国学者较早就从威权政体与互联网的关系切入对中国互联网管理模式的研究。如美国学者丹尼尔·卡林杰特(Daniel Calingaert)在《政策评论》杂志 2010 年 4/5 月号上发表了《威权主义 VS. 互联网》(Authoritarianism vs. the Internet)一文。又如，美国学者麦康瑞(Rebecca MacKinnon)2010 年 6 月 15 日发表了题为《中国互联网白皮书：网络化的威权主义在行动》(China's Internet White Paper: networked authoritarianism in action)一文。我今天在此学术论坛上借用这一概念，是因为可以简单明了地概括中国互联网目前的管理模式。

威权管理模式的特点包括：建有自上而下的垂直的行政监管体系；采取强有力的技术手段阻止境外有害信息的对内传播；采取强有力的措施对新闻信息的发布进行管制；可以发动声势浩大的专项整治行动，调动各方力量和资源，达到整顿互联网传播秩序的目的；为配合对互联网清理整顿的需要，可以迅速地出台相关的法律法规；业界组织亦在主管部门的领导、指导下围绕中心工作开展活动等。

威权管理模式存在如下问题：层级的高低及参与部门的多少决定管理的力度；多头管理的弊病难以破除；不当决策和效率低下的情况仍然难以避免；为解决当前突出问题而快速出台法规，势必对长远考虑不周；在暴风骤雨般的专项行动中，执法、执行过程难免出现偏差，媒体的超常规报道也会产生后遗症。

我对中国互联网管理模式有三点基本认识与判断：① 威权互联网与当前的中国社会形态乃至整个媒体管理体制是适配的；② 中国已形成典型和成熟的互联网威权管理模式；③ 这一管理模式在中国必然存在一个较长时期。

最后，我想将发言主题拉回到治理的概念。近年来，中国互联网治理的框架已基本形成，实际上互联网研究机构包括类似今天的论坛在内，都是参与的重要形式，应该而且可以发挥及时跟进、深入研究、积极建言、改进管理的作用。

谢谢！

2013 年 12 月 8 日



延伸阅读：互联网传播研究在中国社会科学院新闻与传播研究所的开展



“网络与数字传媒研究室”的创办

1999 年 3 月，时任院长的李铁映同志指示所长尹韵公要设立专事网络传播研究的研究室。院领导当时对互联网发展形势的判断，我无从了解，但这一决定无疑对网络传播新学科的建立具有前瞻性。回顾新闻所的发展过程，不少原有的研究室建制被撤销，如新闻摄影研究室、电视研究室，甚至包括新闻所起家时的主力研究室——中国新闻史研究室，最后只剩下三个研究室的局面。如今，我院能主动提出新建一个研究室，充分反映了对新闻所学科发展布局的重视。所长尹韵公自然很兴奋，回所传达铁映院长的指示后，特别吩咐我要配合院相关局尽快把此事办妥。当时在确定研究室名称时，我斟酌了一番，没有称“互联网研究室”或“网络传播研究室”，而是称“网络与数字传媒研究室”。这是考虑到以数字技术为支撑的各类新媒体正在崭露头角，今后研究的对象范围将不限于互联网，尽管名称长了一些。在得到所领导确认后，3 月 17 日，新闻所向院人事教育局正式打了报告《关于成立网络与数字传媒研究室的请示》（社科（99）新所字 5 号，签发人：尹韵公）。报告分三段，第一段为互联网对社会将产生的重大影响，第二段为新闻所的研究现状，第三段为我的简历。报告中写道“经研究决定，我所拟成立网络与数字传媒研究室（此名称是否适合，还请院领导及有关部门酌定）”；“该研究室拟由我所新闻学研究室副主任闵大洪同志担任主任，闵大洪同志……已出版《传播科技纵横》专著一本，能够胜任这一学科的带头人。”4 月 5 日上午人事局给新闻所打来电话，同意成立这一新的研究室，并称不再下发正式批文。

网络与数字传媒研究室建立的意义在于，从全国范围看，设立专事网络传播研究机构，社科院新闻所是第一家，它标志着我国新闻传播学科一个新分支的建立。

遗憾的是，最初的喜悦很快就过去了。因为研究室成立后，依旧是我一个人“单兵作战”，在研究手段的改善方面，在人员、经费的投入方面，可以说无任何改变，无非有了一块研究室的牌子。在研究手段方面，更是寒酸，到 2002 年全室只有一台 2000 年购置的台式计算机。

这种情况到 2002 年才开始发生转变。所长尹韵公告知我院里已确定“重点学科建设工程”，全院将确定 57 个重点学科给予扶持，所里已确定“网络传播学”作为新闻所上报的重点学科。经 2002 年 8 月 6 日院务会议批准，“网络传播学”学科被正式确定为中国社会科学院“重点学科建设工程”项目。协议书中最主要的两条为：一、网络传播学学科作为“重点学科建设工程”项目，实施责任制，责任期起讫时

间为自本责任书签定之日起至 2007 年 12 月 31 日。二、责任期内，院科研局每年为网络传播学学科拨付 7 万元的资助，累计资助总额为 35 万元。

由于我的职称是副研究员，因此，仍需所长尹韵公出面担任该项目的主持者。

在向院报送的材料中，我这样描述了研究室的学术优势和特色的描述：“一、研究工作与新媒体在国内的发展几乎同步进行，不是滞后研究；二、研究领域宽阔，涉及各类新媒体的传播特性及对社会、人、传统媒体带来的新变化、新问题等众多方面；三、对很多新概念率先给予了界定，对于许多新的传播现象，率先给予了理论上的阐述；四、进行了多次实证调查，有的为全国性大型抽样调查，在国际上也产生了较大影响；五、对有关领导机关了解情况和出台政策，提供了有价值的信息和意见。”以上描述不免有些夸张，但坚持多年的互联网传播研究工作确是事实。材料中对研究人员的规模也有不实之处，总不能说重点学科只有一、两个人在研究吧。于是在上报材料中写道：“目前纳入本学科的人员目前共有 7 名，其中研究员 1 名、副研究员 4 名，助理研究员 2 名；博士 2 名；学科带头人及科研骨干 5 名。”其实当时研究室只有我和杨斌艳两人，“虚报”的人则包括所长、其他研究室的宋小卫、卜卫、刘晓红，以及即将分配到新闻所的博士生孟威。截至 2006 年，真正在研究室编制内的研究人员，除我之外，共四人。杨斌艳于 2002 年由图书资料室调入，孟威于 2003 年从新闻系毕业后分配到室，刘瑞生于 2005 年调入。在我 2006 年 10 月退休前，又一名新闻系毕业硕士生张化冰分配到室。

每年 7 万元的资助，要交所里支配 1 万元，但无论如何，6 万元的自主支配经费当时足以让其他研究室羡慕。第一年拨款到账后，我和杨斌艳首先到家具店购买桌椅，将里外间的办公室按照计算机工位的形态进行了布置，同时为小杨购买了一台高配置的计算机。这一切算是以外在的面貌作为研究室新开局的一种表现吧。

在我退休后，孟威担任了研究室负责人（2010 年被正式任命为研究室主任）。研究室在 2007 年更名为“网络学研究室”。

“传播研究网”的创办

研究室成立后，我的心气自然很高，首先考虑的是整合所里的力量将新闻所的网站办好办出特色。当时院计算机网络中心规定，各所只能在院网站下设立二级页面，更新的内容必须经所领导审阅后送交磁盘或复制到院网络中心，再由院网络中心的人员发布。我认为这不符合网络传播规律，期待办一个与新闻所地位相称的网站，办一个能自己独立运作的网站，目标是在一两年内建成国内有重大影响力的新闻传播学术网站。为了获得所里的支持，进行了不少说服工作。最终 2002 年以“新



闻与传播研究学术信息系统”为名申报下了所内课题，其目的只有一个，就是名正言顺地建立新闻所网站。课题组主持人为杨斌艳，成员包括闵大洪、宋小卫、刘晓红。这一课题共获经费 26000 元。然而外包的数据库平台及网站页面设计制作一项就需支出 14000 元，此事反正与研究室是一体，经费不足就由重点学科经费支出了。我们自己要做的，除规划网站的架构和内容外，还有三项基本工作：确定网站名称、网站域名和设计网站 LOGO。为了选择域名，上网查询后，发现像“newmedia”等简洁好记的域名早被注册了，最后发现“mediaresearch.com.cn”还未被注册，于是就赶紧注册，从而也确定了网站的中文名称为“传播研究网”。新闻所的所刊《新闻与传播研究》的 LOGO 是一个“传”字，我问编辑韩智东从何而来。他告我是从《中华书法大字典》中找来的。我于是决定网站 LOGO 的主体就用这个“传”字，基本风格与学刊保持一致。宋小卫（2003 年起，担任新闻学研究室主任）是一位极其认真细致的研究人员，他竟然一下设计出了 30 多个 LOGO 供选用。

为了向院里有所交待，我于 2002 年 11 月 7 日起草了一封以新闻所名义致院网络中心的函，其中写道：“我所网站‘传播研究网’改版升级工作即将结束，定于 2003 年 1 月 1 日正式开通。根据上传更新网页的有关规定，我所特向贵中心承诺：一、上网信息以所科研成果、所务信息为主，并涵盖新闻传播学界、业界动态，保证信息内容安全，不出现违规违纪的信息；二、建立严格的运作机制，委派专人杨斌艳进行网页上传更新，保证技术环节的安全操作，杜绝事故隐患。”

2002 年 12 月 26 日，传播研究网终于上线。我写的《传播研究网今日开通——代“发刊辞”》置于头条位置。其中写道：“以‘中国新闻传播学评论’（China Journalism Review, CJR）开通为起点，近三年来，中国新闻传播学术网站的数量已达到一定规模。这是中国互联网的迅速发展、中国新闻传播业的巨大变化、中国新闻学、传播学教育和科研日益繁荣这股合力使然。或许我们是这一浪潮中的迟到者，但作为国内重要的新闻传播研究机构，我们不能也不应是长久的缺席者。传播研究网的宗旨是：交流传播信息，观察传播媒介，解析传播现象，切磋传播学术。在互联网的发展进程中，中文资源从无到有从少到多，然而中文专业学术资源的网络化还远远不够。新闻传播学科与其他众多历史悠久、积累深厚的学科相比，显得幼稚与单薄，它需要在网络时代更快地发展自己，网站的建立正是一个推进器。‘传播研究网’LOGO 中的‘传’字取自西周晚期青铜器散氏盘，是现存最古老的铭文‘传’字。我们的职责就是要将源远流长的中华‘传’文化与当代各种‘传’思潮‘传’流派结合

在一起，并借助当代‘传’科技，为推进中国新闻传播学术的发展而传不停歇。”¹

12月30日下午，在院学术报告厅举行的我院“第二批信息化试点单位选拔赛”中，杨斌艳向院信息网络中心领导、有关专家及兄弟单位同行介绍了新闻所2002—2005年信息化建设方案，并在线演示了12月26日刚刚开通的传播研究网。

网站开通后，内容更新是一个很大的工作量。网站也多次调整版面、栏目等，如，在刊发新闻信息时，直接用“传播研究网讯”的名称发稿。2003年1月20日推出第一个所外学者专栏“胡一峰专栏”，这也是国内新闻传播学术网站开设的第一个留学国外的学子专栏。“三八”国际妇女节来临之际，推出“传媒与性别”专题，这是与报纸媒体及相关非政府组织（NGO）合作的第一个专栏，刊出的是《中国妇女报》上的《传媒守望》专栏的全部文章。在伊拉克战争爆发后，3月26日推出“战争与传媒”专题。4月25日，推出“非典与传媒”专栏。开设说明中写道：“在这一突发灾难事件中，政府、民众和媒体之间的关系，各类媒体的作用和表现，都得到了充分展现。非典与传媒专栏将收录国内外有关评论文章、研究文章，以及网友的帖子。由于疫情发生已长达近半年，相关文章数量也已不少，在专栏编排上不可能做到十分细致的排序，只是希望能将有关文章不断集纳在一起，为业界学界人士日后的研究工作提供一资料库”。

新闻所原来在院网下的网页，只有20多页的简单静态页面，一两个月，甚至更长的时间不更新，即使更新也只是一两条所内新闻，一两个静态页的增加。传播研究网则是一个完全由数据库支持的动态网站，几乎每天都有数据的更新和页面的生成，具有独立的域名，当时在社科院也只有中国社会科学出版社、社会科学文献出版社、法学所等极少数单位实现。截至2003年10月，网站已有20多个栏目，数据20多MB，页面500多页，其中学术文章近800篇，动态信息300条，期刊文章39篇，图片80幅。总访问量超过5万人次，日访问量近300人次。

2004年，传播研究网数据量由原来的30MB增加到50MB，网站访问量从原来的15万人次增加到32万人次。

遗憾的是，传播研究网全力运作的时间也就一年。2003年12月15日，网站刊发了“传播研究网今天说再见”。公告中说明了原由：“新闻与传播研究所的信息系

1 发刊辞中所说LOGO中的“传”字取自散氏盘的表述不够准确。应为：西周晚期青铜器散氏盘铭文中现存最古老的“传”字。后演化至小篆，书法家亦常以此临摹散氏盘铭文，比铭文原字体更具艺术性、欣赏性。传播研究网LOGO中采用的“传”字取自《中华书法大字典》（林宏元主编，香港中外出版社，1976年5月出版）。



统是中国社会科学院信息系统的一个组成部分，我所信息化建设始终在我院计算机网络中心的指导和支持下进行，并接受其直接管理。我院计算机网络中心最新文件要求，已在院外以独立域名运作的所级网站，原则上都应尽快挂回院网。因此我们坚决执行这一决定，从即日起停止网站的运作（实际上从 11 月 26 日已停止更新）。我们将尽快与院计算机网络中心协调，恢复我所在院网站中二级网站（即网页）的形态，并将本网站现有的信息内容转移其中。鉴于本网站明年的域名费和空间租用费已经预付，我们将保留网站目前的状态一年。”

其实，停止运作的原因还有一个，就是做网站是一件十分辛苦的事，需要投入大量的时间和精力。对研究人员来说，出研究成果是衡量其水平的唯一标准，做网站实在是一件费力不讨好的事，既然院里重申有关规定，我决定乘机将其结束。当然，传播研究网并没有完全停止运作，不过从此处于一种维持状态，维护更新的工作落在杨斌艳一人身上。2008 年 4 月，传播研究网移回至院服务器，并从 2009 年正式开始新闻所新网站的建设，直到 2011 年 1 月，传播研究网才最终消失，新闻所网站以新的面貌出现在我院网站上，改名为“新闻与传播研究网”。回顾传播研究网的开设，尽管付出很多，但我始终认为做得很值。它给我两点重要启示：一是研究互联网一定要有亲眼观察、亲身体验、亲自实践，二是研究互联网一定要发挥团队的优势，发挥每个成员的专长。2003 年，新浪、搜狐、人民网、新华网等门户网站和国家级重点新闻网站陆续开设传媒频道，说明社会对新闻传播学术网站（频道）的需求，传播研究网走在它们前面开设，证明我们当时的判断和决定是正确的。

杨斌艳作为研究室的成员，不仅承担研究工作，还承担着全所网络维护和设备维护的工作。2003 年六七月间，在院网络中心的支持下，完成了新闻所网络链路改造工作，新闻所到院部的网络链接由原来的 64Kpbs DDN 专线改为 10MB 光纤。新闻所局域网建设之初，仅有网络连接端口 21 个，经过 2002 到 2006 年间，先后进行的三次局域网的布线改造，接入端口扩充了三倍。实现了所有办公地点都有接入端口，并于 2006 年 11 月建成新的机房，迁移了光纤线路，重新进行所内局域网接入端点的布线，添置了新的服务器、路由器等设备。

2002 年 10 月，以杨斌艳为主，起草了一份详尽的《新闻与传播研究所信息化建设方案（2003—2005 年）》。其中写道：“我所信息化建设的方针是：注重效益，讲求服务，基础扎实，重点突出。以院信息化领导小组的精神和要求为依据，结合我所实际情况，本着为科研服务的原则，重点建设与科研密切相关的部分，优先对本所的亮点信息进行数字化，力求为科研提供最有用、最方便的服务”，“我们要力争在‘十·五’的后三年，使我所的信息化建设具有一定的规模，为科研人员提供一个研

究和交流的网络平台，‘实现阅读、查找、加工、利用、写作、交流的信息化’。使他们一方面，可以方便快捷的获得科研所需的信息资料；另一方面，科研人员自己的研究成果、学术论文能通过网络尽快的向外发布；而且科研人员可以通过网络进行学术交流；通过视频会议，可以足不出户的参加和举办全国的甚至国际的学术会议。”回过头来看，当时确实是雄心勃勃，充满激情，但美好愿景毕竟多了一些，很多想法未能真正落实。

研究室主要成果

回顾研究室的研究工作，大致可以分为三个部分：一、关注网络传播新技术新应用，跟踪观察网络传播带来的影响，记录网络传播的发展历程，探究网络传播的特质，比如对 Web 2.0、博客、播客、黑客、维客、新闻聚合、新闻跟帖、网络电台、网络电视等等的研究；二、关注中国互联网的发展及其影响，如网络传播与中国现实相互作用的关系等，分析发展变化的特征、原由，从更宏观的角度和更广阔的视野来考察互联网的作用与影响，如互联网与民主、互联网治理、网络舆论、网络监督与现实政治等；三、关注传统媒体的网络化、数字化，包括报刊、广播、电视网络化、数字化的进程、特点、国家政策、市场变化、传统媒体与各类新媒体的关系等。

在专著出版方面，我于 2003 年完成国家社科基金项目《〈新闻传播手段的数字化：现状透析与发展预测〉》（98BXW006，一般项目），以专著《数字传媒概要》形式正式出版（复旦大学出版社 2003 年 6 月出版）。2004 年孟威出版两本专著《网络互动——意义诠释与规则探讨》（经济管理出版社 2004 年 11 月出版）和《传播实践与思考》（人民日报出版社 2004 年 11 月出版）。我于 2004 年完成院重大课题《传播科技对信息、社会、人的作用与影响研究》，最终成果定名为《互联网传播对社会政治的影响研究》，但未正式出版。该项研究内容共分九大部分，形式上已按出书形式处理：第一篇：全心全 e 为人民服务——电子政府（政务）建设的要义；第二篇：长袖善舞，无远弗届——政治领袖的公关新舞台；第三篇：虚拟之矛攻击，亦有千钧力——竞选中的新利器；第四篇：水可以载舟，亦可以覆舟——前所未有的民意表达的平台；第五篇：百花齐放，百家争鸣——多元意识形态的传播渠道；第六篇：不仅是集体的宣传员、鼓动员，而且是集体的组织者——各类组织广泛使用的新手段；第七篇：所有人向所有人的传播——揭露内幕、实施监督的另类媒体；第八篇：人不犯我，我不犯人；人若犯我，我必犯人——黑客出于政治目的实施的攻击；第九篇：魔高一尺，道高一丈——互联网信息传播领域的攻防战。



在论文撰写发表方面，每年都保持一定数量，有的文章产生了较大影响。如，我撰写的《全球化时代中文网络的价值》，曾于 2000 年 11 月在台北举行的第六届海峡两岸及港澳新闻研讨会上宣读，亦被国外学者译成英文 *The Value of the Chinese Network in the Era of Globalization* 刊登在美国出版的《中国思想界》季刊·2003 年冬季号上（*Contemporary Chinese Thought*, M.E.Sharpe, Winter 2003）。再如，我从 1995 年起每年年底撰写的《××年的中国网络媒体与网络传播》年终专稿，受到业界的特别关注。孟威撰写的《互联网“全线飘红”告诉我们什么》，获得第十五届中国新闻奖新闻论文三等奖。杨斌艳撰写的追踪互联网新技术新应用发展的一系列论文、文章，如《博客的本土化及在网络新闻传播中的影响》、《试论互联网传播新技术与传统媒体编发体制的关系——以 Blog、WiKi 为例》、《国外网络信息安全立法的实践及对我国的借鉴意义》、《维客的真谛——人人是作者，人人是编辑》、《网络新闻进入聚合时代》、《RSS 阅读器：等着信息来找“你”》等，得到学界业界的一致好评。刘瑞生撰写的《播客：Web 2.0 时代的典型传媒形态——国内播客现状研究》等文章亦被多家媒体转载。2003 年，新闻所接受国家社科基金项目交办课题《新型传媒（互联网和手机短信）的引导和管理问题研究》，刘瑞生成为完成这一课题的主力，他执笔撰写的多篇研究报告和内参，多次获得中央领导和相关部委领导重要批示。

研究室成立后，有两项重要的合作研究项目值得一提。

（1）参与多国多地区学者合写 *Webcasting Worldwide: Business Models of an Emerging Global Medium* 项目

随着宽带网络时代的到来，制约网络音视频发展的瓶颈被打破，促使一种新形态“播客”迅速发展起来。在国际上，对 Webcasting（或 Webcast）的研究不仅成为不少国家网络传播研究中一个新的分支，而且成为国际传播界合作进行研究的一类重要课题。2005 年 2 月，尚在瑞典留学的杭敏博士在假期回国时找到我了解中国互联网的发展，并向我透露一个多国多地区合作研究播客的项目，问我是否感兴趣参与。这一项目是美国保龄格林州立大学的 Losisa Ha（哈筱盈）和 Ganahl 两人提出的，将组织美国、英国、加拿大、澳大利亚、德国、荷兰、西班牙、希腊、日本、韩国、中国、香港、台湾等 13 个国家和地区的学者进行分头写作，形成一本跨文化研究文集。我认为这既是向国际上展现中国互联网状况的好机会，也是向国际同行学习的好机会，于是立刻同意。随后我和杨斌艳商定了规划，从 2005 年 3 月开始，围绕传播途径、传播主体、传播对象、传播内容、传播环境五个方面，对音视频内容在中国互联网上的传播状况进行了一次调查。我们提交的中文报告完成后，交杭敏翻译成英文。由于此书涉及多个国家和地区，主编与作者间的反复磋商、全书的合成以

及与出版商的交涉颇费时日。2006年8月, *Webcasting Worldwide: Business Models of an Emerging Global Medium* (中译:《网络音视频传播: 一个新兴全球媒介的商业运作模式》)一书终于由美国 LEA 出版社出版。中国篇作者署名为: 杭敏、闵大洪、杨斌艳。

(2) 与国际在线、中广网、央视网合作进行网络电台、网络电视调查

2005年7月28日, 我在参加中国广播网银河网络电台开通仪式时, 获得一个重要的信息: 2005年6月19日, 胡锦涛总书记在上海团市委的一份文件上批示: “网络上的新事物层出不穷, 互联网新媒体网络电台对青少年的影响日益增强。如何兴利抑弊, 善加利用, 需很好研究。”此时, 国内三家中央广电媒体网站已经积极行动, 国际在线于2005年7月13日正式开通多语种网络电台, 中国广播网于2005年7月28日正式开通银河网络电台, 央视网于2005年8月8日开通网络电视新闻频道、娱乐频道, 这对我国新闻网站和广播电视媒体网站及时运用互联网新的传播形态具有重要的示范意义。2005年9月, 我和杨斌艳、刘瑞生商议后决定与三家网站合作, 进行一次网络调查。我出面邀请了中央三台网站的负责人(“国际在线”的马为公、“中国广播网”的杨贵明和“央视网”的刘连喜)在中国职工之家见面, 共同商定了合作方案和实施步骤。我们设计出调查问卷, 同时在三家网站挂出, 然后对回收的数据进行分析。11月, 第五届中国网络媒体论坛在杭州举办, 经过我们的共同努力, 印刷成册的调查报告终于在论坛上首发。研究表明, 网络电台网络电视已经成为广大青少年青睐的新传媒形态, 青少年是网络电台和网络电视受众的主体, 受众年龄有更加年轻化的趋势。丰富的内容、互动的形式和播客平台等新功能是网络电台网络电视吸引青少年的主要方面。会后, 在《国际在线、中国广播网、央视国际网络电台、网络电视现状研究报告》基础上, 由刘瑞生主笔撰写了题为《网络电台、网络电视发展现状及对策》的专报, 中共中央政治局常委李长春阅后于2006年2月作了批示。

从研究室成立到我退休之时, 尽管没有以研究室的名义召开过学术会议, 但研究室成员始终以积极的姿态参与学界和业界的各类研讨会和论坛。值得一提的是, 研究室对中国网络传播学年会的大力支持。2003年12月29日, 南京大学网络传播研究中心正式成立, 该中心主任由南大新闻传播学院年轻的教授杜骏飞担任。他当时最想干的两件事, 一是举办全国性的网络传播学年会, 二是成立全国性的网络传播研究组织。在杜骏飞来北京期间, 我从重点学科经费中拿出一部分交他, 说: “办会很不容易, 这点钱算是对你们的支持, 哪怕是只够印刷会务册和论文集的费用。”同时帮他与中国新闻史学会建立联系。我当时的想法很简单, 要对北京以外的具有



研究实力的新闻院系给予支持，要对崭露头角的年轻学者给予支持。2004 年 5 月 22 日，由南京大学新闻传播学院与中国江苏网联合主办，南京大学网络传播研究中心承办的首届中国网络传播学年会在南京举行，主题为“中国网络传播事业：挑战与对策”。除我和杨斌艳参加外，还请了人民网的史江民、千龙网的张国伟和中华传媒网的何伟佳同去，以便进行及时报道。在杜骏飞及其团队的努力下，这一年会于 2008 年与“新媒体与新思维论坛（简称‘新新论坛’，由清华大学新闻与传播学院与华中科技大学新闻与信息传播学院于 2004 年 11 月 27 日举办首次论坛）”合并，改称“中国新媒体传播学年会”，成为中国国内新媒体传播研究领域唯一也是最具影响力的学术会议。2009 年 6 月，中国新闻史学会网络传播史研究委员会终于正式成立，为了体现网络传播研究的鲜活性，对外则称“中国网络传播学会（China New Media Communication Association, CNMCA）”。

结语

互联网与数字新媒体研究作为新闻传播学科的一个新分支，在 21 世纪头 10 年迅速成为一门显学。它不仅覆盖了新闻传播研究所有的领域，而且也与所有的学科领域发生了前所未有的交织。一个新学科分支的创建与发展，犹如永不停止的接力赛。我在新闻所的工作，到 2006 年 10 月便交棒了。对我来说，能够跑第一棒是机遇，更是我的荣幸。

2013 年为纪念中国社会科学院新闻与传播研究所建所 35 周年而写

2014 年

中国网络媒体与网络传播

2014 年，中国接入互联网整整 20 年。

20 年来，互联网推动着中国的发展、变化与进步，也无时无刻不反映着复杂中国发生的一切。

20 年来，中国已经成为互联网大国，并正向互联网强国迈进。

2014 年是中国互联网战略大动作不断的一年，具有开启新阶段的意义，可用“四新”来概括：网络管理新架构，媒体融合新方向，国际发声新规则，网络传播新常态。

网络管理新架构

2014 年，是中国互联网权威管理模式全面升级的一年，不论是领导机构的设立、管理部门的重组，还是法规的出台、专项行动的展开，都达到了新的高度与强度。

领导机构设立：2014 年 2 月 27 日，中央网络安全和信息化领导小组宣告成立，习近平总书记亲自担任组长。随后各地比照成立，均由当地第一把手担任组长，由此形成了从中央到地方的高规格领导机构。习近平总书记的指示“没有网络安全，就没有国家安全；没有信息化，就没有现代化”，成为工作指导方针。

管理部门重组：国家互联网信息办公室（英译为：**The Cyberspace Administration of the PRC**）是 2011 年 5 月 4 日挂牌成立的，当时国务院办公厅发出通知称，国家互联网信息办公室不另设新的机构，在国务院新闻办公室加挂国家互联网信息办公室



牌子。在中央网络安全和信息化领导小组成立的新形势下，国信办迅速扩权，在短短半年时间内成为独立的部级机构，且国信办主任同时担任中央网络安全和信息化领导小组办公室主任。2014 年 8 月 28 日，国务院发出通告，授权重新组建的国家互联网信息办公室负责全国互联网信息内容管理工作，并负责监督管理执法。各地也比照成立网信办，由此形成从中央到地方的垂直高效的管理系统。

法规出台方面：8 月 7 日，国家互联网信息办公室发布《即时通信工具公众信息服务发展管理暂行规定》，业界俗称“微信十条”，这是以国信办名义发布的第一个法规。

行政监管方面：国家新闻出版广电总局发出《关于进一步完善网络剧、微电影等网络视听节目管理的补充通知》（新广电发〔2014〕2 号）等文件，要求某些美剧下架、要求网络剧先审后播、勒令某些互联网电视机顶盒和 APP 客户端下架、未经登记的境外影视剧不得上网播放。4 月，由于新浪读书频道和新浪网视频节目分别登载了 20 部淫秽色情小说和 4 部色情视听节目，新浪公司《互联网出版许可证》和《信息网络传播视听节目许可证》被北京市文化市场行政执法总队吊销，罚款 508 万余元，以及快播公司被查处被关闭、人人影视及射手网被关闭、迅雷弹窗服务被关停等事件，都成为今年网络管理中的热点事件。12 月 18 日，国家新闻出版广电总局印发《关于推动网络文学健康发展的指导意见》，阐释了指导思想、基本原则和发展目标，提出了一系列保障措施，包括发表网络文学作品作者须实名注册。

专项行动方面：打击网络谣言、网络色情、网络盗版已成监管部门常态化的工作，今年依然发起了两大专项整治行动：打击网上淫秽色情信息的“净网 2014”行动（4 月中旬至 11 月）和打击网络侵权盗版的第十次“剑网”行动（6 月至 11 月）。此外，针对出现的新情况，2 月至 6 月，九部门在全国范围内部署开展了打击、整治“伪基站”专项行动。6 月 20 日，国信办启动了铲除网上暴恐音视频专项行动。针对新闻单位开设地方机构失序管理混乱的情况，中宣部、国家新闻出版广电总局、国家网信办于 12 月 3 日召开专题会议，部署清理整顿工作，其中明确网站开设地方频道亦纳入此次清理整顿范围。

业界自律方面：11 月 26 日，首都 51 家提供移动互联网应用程序（APP）的企业共同签署了《北京市移动互联网应用程序公众信息服务自律公约》，承诺共同整治这一领域中的违法不良现象。

法律惩处方面：几个自 2013 年“两高”出台相关司法解释以来广受社会关注的案子了结。如，4 月 17 日，北京市朝阳区人民法院以“诽谤罪”和“寻衅滋事罪”判处秦志晖（网名“秦火火”）有期徒刑三年。又如，11 月 18 日，北京市朝阳区人

民法院以“非法经营罪”判处杨秀宇（网名“立二拆四”）有期徒刑四年，罚金人民币 15 万元。因涉嫌卖淫嫖娼于 2013 年 8 月被行政拘留且媒体高调报道的薛必群（薛蛮子），倒是出乎意料的于 4 月 16 日以“身患重病”之由被取保候审。2014 年 9 月，财经媒体 21 世纪网包括主编、副主编在内的相关人员，因涉嫌特大新闻敲诈被上海公安机关依法收审一案，引起业界震动。

社会教育方面：“首届国家网络安全宣传周”于 11 月 24 日至 30 日在北京中华世纪坛举行。宣传周以“共建网络安全，共享网络文明”为主题，通过丰富的内容和多样的形式，向公众进行了一次网络安全知识普及。

封堵境外网站方面：5 月屏蔽 Google、7 月屏蔽 Flickr、8 月屏蔽 Line，12 月屏蔽 Gmail 等。

总之，2014 年互联网管理工作的节奏显示，中国威权互联网特质得到全面强化。

媒体融合新方向

2014 年，是党中央将媒体融合定为传统新闻媒体发展战略的一年。

8 月 18 日，中央全面深化改革领导小组第四次会议审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》。一时间，国内媒体界欢欣鼓舞，阐释媒体融合之必然及路径的文章纷纷刊出。

实际上，中央主管领导此前一连串的动作已释放出中央战略部署的信号。4 月 23 日，中央政治局委员、中宣部长刘奇葆在《人民日报》上发表了《加快推动传统媒体和新兴媒体融合发展》一文，很多人相信这篇文章便是“指导意见”的蓝本。6 月 29 日，中央政治局常委刘云山到人民日报社调研，在人民日报社法人微博运营室和移动客户端运营室，听取了微博发稿、客户端维护、新产品研发的情况介绍，并做出重要指示。7 月 18 日，在澎湃新闻正式上线前夕，国信办主任鲁炜前往考察指导。

从中国接入互联网 20 年的历史看，党中央做出这样的媒体发展战略部署是第二次。1999 年 10 月 16 日，中共中央办公厅转发《中央宣传部、中央对外宣传办公室关于加强国际互联网络新闻宣传工作的意见》的通知（中办发〔1999〕33 号），这是中央关于网络新闻宣传工作的第一个指导性文件。文件从争夺 21 世纪思想舆论阵地制高点的高度，明确了今后网络新闻宣传工作发展的方向，并提出了一系列原则。这是党中央对中国互联网 1.0 阶段出现的媒体格局变化做出的应对。按照文件的指示



要求，中央和地方主流新闻媒体加快了网站建设的步伐，并在三年时间内形成了有公信力影响力的新闻网站矩阵。这次在深化改革的背景下出台《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》，可以视作 10 年后对互联网 2.0 阶段进入 3.0 阶段媒体格局新变化的应对，根本目的还是在于提升主流媒体的传播力、影响力。

自中国接入互联网以来，20 年来媒体变局的现实是，原来居于边缘位置的互联网等新媒体迅速走向中心位置，原来占据中心位置的传统媒体则滑向边缘位置。媒体融合是一个随着数字技术发展而发展的过程。不能因为今年中央出台了《指导意见》就把 2014 年称为“媒体融合元年”。实际上，媒体融合的概念在业界已使用多年，只不过《指导意见》把媒体融合提升到中国媒体发展的战略高度。媒体融合也决非主流新闻媒体多开几个法人微博、微信公众号、APP 客户端那样简单，它涉及传播理念、报道手法、运营机制，乃至新闻体制的重大改革。业界、学界在探讨媒体特点时往往使用“××为王”，其实都是从某一角度强调其重要性，而“形态多样、手段先进、具有竞争力的新型主流媒体和拥有强大实力和传播力、公信力、影响力的新型媒体集团”，必然是平台、渠道、终端、内容、服务、产品、用户等要素的集大成者。

在上述背景下，传统新闻媒体加快步伐进行资产重组、资源整合、平台再造、形态创新。5 月 28 日，中国广播电视网络有限公司正式挂牌，负责全国范围内有线电视网络的相关业务，开展三网融合业务。7 月 22 日，上海报业集团打造的澎湃新闻正式上线。11 月 21 日，百视通和东方明珠两家同为上海文广（SMG）旗下的上市公司同时发布公告，宣布将通过百视通新增股份换股吸收合并东方明珠的方式，实现两家上市公司整合，打造统一的产业平台和资本平台。12 月 24 日，中央电视台与中国移动通信集团公司签署战略合作框架协议，决定合作建设 4G 视频传播中心，双方将用 3~5 年时间打造国内最大的新媒体传播平台。各主流新闻媒体在继着力打造官方微博后，今年又着力打造微信公众号，并产生了一批有影响力的公号，如 6 月 11 日，“新华社发布”总客户端正式上线，仅半年时间下载量已突破 2000 万。此类这些有代表性的动作显示媒体融合的新一波高潮已经到来。

国际发声新规则

2014 年是中国在国际互联网领域强势发声，力图变被动为主动的一年。

长期以来，在国际互联网领域，美国等西方国家总是拿网络自由、知识产权、

黑客攻击、商业窃密等问题指责中国，完全主导了规则制定权和话语权。2014年，一个显著的变化是中国利用多个平台及场合发出自己的声音。被纽约时报称为“中国互联网的守门人”的国家互联网信息办公室主任鲁炜，利用一系列国际场合阐释中国对于互联网的基本原则及方针。

6月23日，互联网名称和数字地址分配机构(ICANN)第50次大会在伦敦举行，鲁炜到会发表主旨演讲。这是中国部长级官员首次在全球互联网治理核心机构大会上发表主旨演讲。鲁炜呼吁各国应求同存异、增进理解，达成以下七点共识：一是互联网应该造福全人类，给世界人民带来福祉，而不是危害；二是互联网应该给各国带来和平与安全，而不能成为一个国家攻击他国的“利器”；三是互联网应该更多服务发展中国家的利益，因为他们更需要互联网带来的机遇；四是互联网应该注重保护公民合法权益，而不能成为违法犯罪活动的温床，更不能成为实施恐怖主义活动的工具；五是互联网应该文明诚信，而不能充斥谣言和欺诈；六是互联网应该传递正能量，继承和弘扬人类优秀文化；七是互联网应该有助于未成年人健康成长，因为这关系到人类的未来。

9月10日至12日，2014夏季达沃斯论坛在天津召开。鲁炜到会发表演讲并与到会嘉宾互动讨论，这令很多人感到意外，因为这是中国主管意识形态的部长级官员首次出席以全球经济为讨论主题的达沃斯论坛。鲁炜对外国互联网企业给出了在中国应遵守的两条法律底线：一、维护中国的国家利益；二、维护中国消费者的利益。

12月2日，第七届中美互联网论坛在美国首都华盛顿开幕，鲁炜率团参加并在开幕式上发表主旨演讲。他呼吁中美网络关系应在沟通中互信，合作中共赢，并提出中美互联网交流五点主张。一是彼此欣赏而不是互相否定；二是互相尊重而不是对立指责；三是共享共治而不是独善其身；四是沟通互信而不是相互猜疑；五是合作共赢而不是零和博弈。

为产生更大影响，中国还自己搭建了一个平台——首届世界互联网大会。2014年11月19日至21日，大会在浙江乌镇举行，主题为“互联互通 共享共治”。近100个国家和地区的1000多名网络精英齐聚乌镇。这是中国举办的规模最大、层次最高的互联网大会，也是世界互联网领域一次盛况空前的高峰会议，被普遍认为是中国为国际互联网制定新规则的一个努力。中央领导对大会极为重视，国家主席习近平发来贺电，国务院总理李克强20日下午还专门在杭州与参加大会的中外互联网大佬举行座谈。

在这场扭转舆论的努力中，中国也抓住了斯诺登“棱镜门”事件的有利时机，对美国在这一领域的双重标准进行了揭露，5月26日，国务院新闻办公室互联网新



闻研究中心专门发表了《美国全球监听行动纪录》。由于中国与美国等西方国家意识形态和政治制度完全不同，出于本国核心利益及国际战略的各自考虑，在互联网领域的分歧将是长久存在的，冲突也是不可避免的。不论从以往看，还是现实看，中美在互联网领域的共识有百分之九十、分歧有百分之十的状况似乎从来没有出现过。恰恰相反，近些年来互联网领域的深刻分歧及冲突不断干扰着中美关系的大局。今后双方如何把控危机事件，是无法回避的重要问题。

中国在国际互联网领域争夺话语权的实力与底气，来自中国已成为互联网大国，并拥有全球最大的互联网市场。截至 2014 年底，中国网民人数达 6.49 亿，其中 5.57 亿是移动互联网用户，（据 CNNIC 第 35 次中国互联网统计报告），一批新兴互联网公司在中国涌现。在全球十大互联网公司中，四家是中国公司。9 月 19 日，阿里巴巴在美国纽交所成功上市，不仅创造了史上规模最大的上市纪录，而且一举成为市值仅次于谷歌的全球第二大互联网公司，轰动了国际互联网界和全球经济界。2014 年“双 11”网络购物节，仅淘宝、天猫等与阿里巴巴相关联的平台在这一天的购物总额就达到 571 亿元人民币，较 2013 年激增 58%。年内还有新浪微博（4 月 17 日）、猎豹移动（5 月 8 日）、途牛（5 月 9 日）、京东（5 月 22 日）、迅雷（6 月 24 日）、陌陌（12 月 12 日）等不同类型的互联网公司在美国纽交所或纳斯达克上市。一些公司的国际化战略也在稳步推进，如，百度的葡萄牙文搜索于 7 月 17 日在巴西正式上线，12 月 17 日宣布入股打车应用的美国优步（Uber）公司。在移动终端领域大显身手的小米手机公司，仅成立四年便迅速成为继三星、苹果之后全球第三大智能手机生产商，其估值达 450 亿美元。20 年来，创业、创新的浪潮始终涌动在中国互联网及其相关领域，一个个奇迹令世界刮目看。

网络传播新常态

2014 年，“新常态”（New Normal）一词在国内经济界热了起来。

中国互联网 20 年的发展给中国社会各个领域带来巨大的冲击和变化，如果套用“新常态”一词，历经 1.0、2.0 现已进入 3.0 阶段的中国互联网，新常态更是再三变化呈现。

目前中国传播领域的新常态至少包括以下三个特点：

- （1）随时随地在线进行信息交流已经成为人们的生活方式；

(2) 由互联网造就的不同于以往传统媒体的信息场、舆论场已彻底改变以往的传播格局;

(3) 由互联网造就的自媒体、微传播形态已经在今天传播格局中扮演重要角色。

(一) 无网络, 不传播

任何媒体首要的功能是新闻和信息的传播。因此, 新媒体给媒体格局带来的冲击是先于舆论场的不同于传统媒体的信息场的形成。中国新闻传媒在严格规范下, 以正面报道为主, 但互联网上则呈现完全不同的传播景观, 其传播强势是新技术、新应用、新终端造就的。尤其海量自媒体可以随时设置吸引眼球的议题, 以微传播的形态, 快速而大面积地进行覆盖, 它甚至可以对传统新闻媒体的议题设置、宣传报道、舆论引导进行轻而易举地解构。这就是今天以互联网为代表的新媒体对传统媒体报道的最大挑战。

中国进入互联网时代后, 网民自发贡献、提取、聚合新闻信息, 通过各种应用平台在进行信息传播的活动便开始了。这一类传播活动的主体是“自媒体”。在互联网 1.0 阶段, 自媒体是个人主页、邮件刊物等形态; 在互联网 2.0 阶段, 是博客、播客等形态; 在互联网 3.0 阶段, 是微博、微信、APP 等形态。当下业界约定俗成的狭义的“自媒体”特指微信公众号。2014 年自媒体领域的一大变化, 是微博的式微与微信的持续走强, 网易微博、搜狐微博先后宣布停止运行, 腾讯微博也宣布停止功能开发, 仅维持基本运行。而拥有 6 亿微信用户和 580 万公众账号的微信, 已经成为国内最大的移动社交应用。在互联网上, 真可谓“传播形态变化快, 各领风骚三五年”。8 月 8 日, 国信办副主任彭波指出, 国内政务微博账号已达到 25 万个, 而政务微信公众号仅有 6000 个, 在数量上有不小的差距, 国信办下半年的重点工作之一, 就是通过下文件、下指标等形式, 全面推动政务微信公众号的设立, 争取年底能够达到 6 万个。这反映了政府主管部门对微信传播关注度的提升。

中国共产党为加强新形势下的组织、思想、理论建设, 也意识到利用好互联网等新媒体的重要性与必要性。中央组织部党员教育中心会同新华网、腾讯、中国电信创办“共产党员”微信、易信公众号于 6 月 30 日正式运行, 中组部办公厅于 7 月 24 日专门发文, 要求广大党员订阅“共产党员”微信、易信。在 2014 年反腐风暴中, 中共中央对周永康、徐才厚等一批党内、军内高层的查办, 对执政前途来说具有决定性的意义。中纪委的作为有口皆碑, 其中包括中纪委、监察部网站发挥的重要作用。该网站由原来系统内的五个网站整合而来, 2013 年 9 月 2 日全新亮相。一年多来, 网站成为权威发布的第一信息源, “周一拍苍蝇、周五打老虎”成为各方关注甚至期待的发布规律。网站亦成为党员和公众举报的快速通道, 一年多来, 反腐举报



量平均每天达 800 余件，是网站开通前的 4 倍。今年 12 月 9 日，网站又开通专栏，接受海内外人士对逃往国（境）外的党员和国家工作人员，及其涉嫌向国（境）外转移违法违纪资产等线索的举报。

在网络新闻传播领域，主流网络媒体无疑发挥着导向作用，其专业团队的报道规模、社会资源的拥有运用，绝非自媒体可比。如，为及时报道反映我国各相关地区与相关国家共建共享“一带一路”（丝绸之路经济带”和“21 世纪海上丝绸之路”）的规划、举措与成就，人民网策划了“行走新丝路”大型跨国全媒体报道活动。8 月 18 日至 9 月 27 日，50 余名记者兵分六路，历时 41 天，对“一带一路”沿线的国内 19 座城市以及海外 13 个国家、40 余座城市进行采访，全程发布图文稿件 542 篇、视频 186 条，全面覆盖网站、微博、微信、客户端等平台，可谓策划独到，规模空前。又如，1 月 14、15 日，财新网刊发五篇有关原解放军总后勤部副部长谷俊山贪腐事实的专稿。这一深度调查独家报道，揭开了历来封闭的军队贪腐状况的第一层面纱，引起中外舆论的高度关注。记者王和岩发现谷俊山的相关线索后，在 2012 年 11 月便开始长达四个半月的艰辛采访，2013 年 3 月完成 2.5 万字的长篇报道，但未料到稿件的刊出竟押后近一年。专稿刊出后，王和岩感慨道：“我已经等了一年了”，这是“迟到的喜悦”。这组专稿再次显示了专业媒体和专业记者的素质和水准。

在对新闻网站政策支持方面，今年一个重要举措是国家互联网信息办公室和国家新闻出版广电总局于 10 月 29 日联合下发《关于在新闻网站核发新闻记者证的通知》，明确全国新闻网站正式推行新闻记者证制度，以期让新闻网站在原创新闻内容生产方面有更大的作为。此前仅有人民网等 6 家中央重点新闻网站作为试点单位，此后取得互联网新闻信息服务许可一类资质并符合条件的 200 余家中央及地方新闻网站的新闻采编人员将正式纳入记者队伍，取得 2014 版记者证。

（二）无网络，不吐槽

2014 马年央视春晚由著名电影导演冯小刚出任总导演，他以新颖的开场短片《春晚是什么》拉开了整台晚会的序幕。片中有这样一个片段：一个年轻人问，看春晚的最大乐趣是什么？镜头一转，四个年轻人异口同声回答：吐槽啊。的确，边看央视春晚边在微博上吐槽，已成为年轻人大年夜的一种娱乐方式，而冯导执导的马年春晚也难逃网民吐槽的厄运。

“两个舆论场”的概念最早是由新华社原总编辑南振中于 1998 年 1 月明确提出的。他指出，在现实生活中实际存在着两个舆论场，一个是新闻媒体着力营造的舆论场，一个是老百姓的口头舆论场。时至 2011 年，人民网舆情监测室撰写了“善待网民和网络舆论”系列评论，7 月 11 日刊发的开篇是《打通“两个舆论场”》，文章

将南振中原来的表述进行引申，明确指出民间舆论场今天主要是在互联网上形成、呈现的，网民在论坛、QQ 群、博客、微博上议论时事，针砭社会，品评政府的施政得失。

由于今天广大网民在信息结构、观念认知、价值判断等方面已发生重大改变，因此，两个舆论场的分野十分明显，类似以下的情况时常出现：当周永康、令计划、徐才厚等被揭露查处后，主流媒体称这再次显示中央反腐决心刑可上常委之际，网民却质疑他们何以能爬到如此高位；当内蒙古少年呼格吉勒图 18 年的冤案被纠正时，主流媒体报道其母亲感谢党和政府之际，网民则指出应是党和政府向其父母谢罪；当周小平、花千芳以“网络作家”头衔受邀参加文艺座谈会之际，网上则是一片非议声；即使网民对难得出现的“APEC 蓝”一时叫好，但也挡不住网民对连续出现的严重雾霾“吐槽”不断。

基于两个舆论场的现实，不仅存在“无网络不吐槽”的情况，而且会出现“无网络不激辩”的情况。在当下中国，对人们所持的政治立场和政治态度，简单区分就是左派、右派的标签。2012 年，曾出现过一幅《中国的左派 VS 右派》的信息图，对两派的特征及观点做了标注。今年，微信圈中曾流传一个名为《政治立场倾向测试》的互动性程序，通过回答若干问题，便可以得知自己的政治立场是左还是右（或者是极左还是极右），抑或是中间派。在国内政治生活及意识形态领域，左、右两派各有确认的代表性人物和媒体，包括报纸、刊物、网站、微博及微信公号，在今年关于宪政民主、颜色革命、阶级斗争重提、“吃饭砸锅”等众多问题上，双方立场泾渭分明，更出现“死磕派”、“体制婊”等新的标签。在网上进行激辩论战时，批判对方的词语尖刻，甚至不时出现语言侮辱和语言暴力。由此可见，关于中国的发展之路和发展模式，达成社会共识还需要有较长的路要走。

（三）无网络，不流行

2014 年 7 月，“冰桶挑战”（The Ice Bucket Challenge）首先在美国兴起。其规则为，参与者将一桶冰水浇在自己头上，然后就可点名 3 个人接受挑战，被邀者如不应战，就需要向 ALS（amyotrophic lateral sclerosis，中译为“肌萎缩性脊髓侧索硬化症”）协会至少捐款 100 美元。这一慈善捐款行动迅速在全球流行开来，完全借助于社交媒体的力量。其中重要的一环是挑战者需上传相关的视频，然后再向他人发出挑战。这一活动由于有众多社会各界名人参与，具有趣味性的形式，加上社交媒体的传播威力，于是迅速跨越各国国界和文化疆域得以流行。8 月 18 日，冰桶挑战赛活动蔓延至中国，IT 界、互联网界的一些名人率先加入。当晚 19:55，一加科技 CEO 刘作虎在微博发布了自泼冰水的视频，并点名 360 周鸿祎、锤子手机罗永浩和华为



的刘江峰，成为国内发起冰桶挑战第一人。随后，娱乐、体育的众多明星也纷纷加入。冰桶挑战赛颠覆了人们对公益慈善的既有认识，名人、明星的参与刺激了粉丝团及广大网友的参与积极性，引爆了今夏的社交媒体，不仅为 ALS 募得了捐款，而且使这一罕见病进入公众视野。

如果说，2013 年在世界也在中国流行的全民舞蹈是韩国“鸟叔”的《江南 Style》，那么 2014 年在中国流行的全民舞蹈则是《小苹果》。自称“筷子兄弟”的肖央和王太利在 7 月推出主演的电影《老男孩之猛龙过江》之前，将制作的一首 MV《小苹果》（王太利作词作曲）作为宣传片于 5 月 3 日发布。《小苹果》旋律优美简洁，歌词富有感染力，特别是具有强烈的节奏感，瞬间就能带动几乎所有的人跟随其手舞足蹈。这一神曲借助网络传播的力量立刻红遍大江南北，各种风格、各种个性的苹果舞随即层出不穷，众多网友拍摄制作上传了各种版本的《小苹果》，甚至游戏版还出现在了苹果和安卓等各大手机应用商店中。《小苹果》的流行蔚为大观，也堪称网络传播奇观。

一个词汇、用语借助网络传播在社会盛行使用，是如今常见的现象之一。2014 年的网络流行语，如“你懂得”、“且行且珍惜”、“有钱就是任性”、“什么仇什么怨”、“也是蛮拼的”、“不作死就不会死（no zuo no die）”、“萌萌哒”等，尽管这些用语的源头各不相同，但立刻被网友觉得新鲜、新奇而广泛使用开来。其中，不乏带有性器官的流行语，如“屌丝”、“屌爆”、“逼格”、“斗逼”、“撕逼”等，不少网友毫无顾忌的使用，好像不如此便无法自己的情绪或不足以显示自己用语新潮。这种现象反映出网络粗俗文化的一面。有名为“汗青”的网友撰文指出：“任何语言和文字，直接使用生殖器的词汇，几乎全是粗口脏话。此类粗鄙词汇会令人产生不快和羞耻心等负面情绪，侵犯尊严。”有社会责任感的各类媒体和网友应规避使用，扭转这一粗俗风气。

（四）无网络，不动员

由于中国社会目前处在社会转型期、矛盾凸现期、危机频发期，复杂性和不确定性增加，各类突发事件层出不穷，各类维权行动不断增多。进入互联网时代，特别是进入社交媒体阶段以来，每当发生社会群体性事件，不论是大规模的反日示威游行，还是争取权益的罢工行动，不论是对拆迁征地的抗争，还是反对化工项目上马，都可以看到网上动员、网下行动的特点，且动员及时广泛，行动来势凶猛。从媒体和传播的角度看，互联网等新媒体已经由原来分享和传播信息的主要功能，演变成动员组织和指挥行动的标配手段，成为发起、推动社会运动不可或缺的重要一环，甚至可使一场社会运动发展成一场“低强度战争”（Low-Intensity Conflict, LIC），

“键盘战士”在互联网空间展开信息战、舆论战、心理战的较量成为新常态。

2014年中国网络媒体与网络传播十大事件

- 2月27日，中央网络安全和信息化领导小组宣告成立，习近平总书记亲自担任组长。
- 8月7日，国家互联网信息办公室发布《即时通信工具公众信息服务发展管理暂行规定》（业界俗称“微信十条”），这是以国信办名义发布的第一个法规。
- 8月18日，中央全面深化改革领导小组第四次会议审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》，为媒体今后的发展明确了方向。
- 8月28日，国务院发出通告，授权重新组建的国家互联网信息办公室负责全国互联网信息内容管理工作，并负责监督管理执法。
- 9月19日，阿里巴巴在美国纽交所上市，一举成为市值仅次于谷歌的全球第二大互联网公司，成为中国互联网界的一大盛事。
- 10月29日，国家互联网信息办公室和国家新闻出版广电总局联合下发《关于在新闻网站核发新闻记者证的通知》，明确全国新闻网站正式推行新闻记者证制度。
- 11月19日至21日，首届世界互联网大会在浙江乌镇举行，这是中国举办的规模最大、层次最高的互联网大会。
- 11月24日至30日，“首届国家网络安全宣传周”在北京中华世纪坛举行，使“共建网络安全，共享网络文明”的意识进一步深入人心。
- 12月18日，国家新闻出版广电总局印发《关于推动网络文学健康发展的指导意见》，提出建立网络文学评价体系及网络文学内容质量管理长效机制。
- 中纪委监察部网站开通一年多来，在反腐败斗争中发挥了重要而独特的信息源作用。

跋

一起走过，共同见证

1994年4月20日，中国正式接入国际互联网。这是当代中国发展进程中的一个重要日子。因此，10年前，我在“2004中国互联网峰会”（搜狐IT与《21世纪经济报道》2004年4月13日联合主办）上就建议将这一天设为“中国互联网日”。

2014年4月29日，“相聚20年——1994—2014：中国互联网之约”纪念盛典在北京奥林匹克国家会议中心举行。会前，工作人员发来一个表格，对参与者的信息做一些了解，同时询问了几个问题，其中一项是：在迎来中国互联网20年之际，请分享你最想说的一句话。我不假思索地写下：互联网改变中国。

不管将互联网比作引擎也好，还是推进器也好，20年来它对社会各个领域巨大变化产生的深刻作用，它对每个人的工作、学习、生活、交往、娱乐方式改变产生的深刻影响，同时代人有目共睹，不言而喻。一切重要变化始于1994年4月20日。越来越多的人开始上网冲浪，并有了自己不停歇的“第一次”：第一次收发电子邮件、第一次浏览网页、第一次在BBS上发帖子、第一次用QQ用微信、第一次开博客上微博、第一次加入微信群、第一次网上购物、第一次用移动终端随时随地收发多媒体信息……互联网将每个人与他人紧密联系在一起，将每个人与整个世界紧密联系在一起。相信“感谢互联网来到中国”是每个人的心声。

每个人都有互联网大时代中“小我”的生动故事，我也不例外。

1999年10月11日，我撰写的《网络新闻之我见》首发于Chinabyte，网站编辑将标题改为《商业网站可以发新闻吗？》，几个小时后，新浪、搜狐、网易、雅虎以及中新社、华声报、电脑报等几乎每一个重要网站都转发了这篇文章。互联网的传播威力让我大吃一惊。作为学者的一篇文章，同一天在国内诸大报的头版同时出现是不可能的事情，但是，在互联网上这一情形出现了。此后，我的众多文章都是在

网上首发。网络传播的威力与魅力进一步促使我在写作形式上有所创新，同年底，我首次以“年终专稿+年度十大新闻”相结合的形式，对中国网络媒体的发展状况做了年度盘点，12月26日在浙江在线·中国新闻传播学评论(CJR)频道和ChinaByte网站上刊发。此后每年一篇，坚持不断。当时，互联网实践与理论的先行者之一的孙坚华这样评价道：“肯定有学者的功力比闵大洪更为深刻、比他的著述更为丰富、比他的学术地位更为崇高。但是在新媒体这个舞台上，在这个注定将成为媒体主流的媒体平台上，他是独一无二的，他已经成了某种形式的‘单打冠军’，在网络新媒体人看来，他已成了互联网新媒体的发言人。因为，没有人有意识地与他争夺这样的权威地位，没有人有意识地、卓有成效地利用网络平台进行研究并进而利用网络平台传播自己的思想。思想，在互联网平台上的思想，是具有穿透力的。”我借用当时一首流行歌曲的名称回应：“因为你（互联网）精彩，所以我精彩”——这是我与互联网拥抱的一个故事。

中国互联网20年的历史是决策者、创业者、建设者、运营者、投资者、管理者、研究者和亿万网民共同创造共同书写的。2006年退休后，我参与了北京网络媒体协会（2012年改称“首都互联网协会”）的工作，并于2007至2011年担任会长一职，在此期间更直接感受到中国互联网发展强劲的脉搏，并享受到与一批最具创新力的优秀人才并肩工作的愉悦。2011年在协会换届大会上，我由衷地说道：“我们共同记录国内外一个个新闻事件，我们共同向世界说明崛起的中国，我们共同推进社会的和谐进步，我们共同打造网络文化新产品，我们共同思索自身的社会责任，我们共同实施有力的网络监督，我们共同反映老百姓的喜怒哀乐，我们共同行走在红色故土的道路上，我们共同在春节联欢会上放歌起舞，我们共同在绿茵场上奔跑竞技。我们共同努力之际曾伴随不眠之夜，我们共同喜悦之时就在成功一刻。”

我经历了中国互联网20年的全过程，并成为这段历史的一名观察者、记录者、研究者。通过自己所写的文章留下了时代鸿爪，这是我的幸运。我发表在学术刊物上的第一篇文章是1995年底撰写的《中国步入计算机网络时代》，发表在1996年《新闻与传播研究》第1期上。中国互联网的发展至1997年时，作为新媒介的作用已十分明显，于是我在1998年初从传播的角度写了第一篇相关长文《“一种媒介，多种声音”与“多种媒介，一种声音”——互联网挑战中国新闻传媒》。近20年来，我的研究兴趣就在一件事上，就是关注中国网络媒体的发展和中国网络传播的演变，不论是撰文还是讲课，不论是会议发言还是接受采访，主题内容单调却始终如一。唯一遗憾的是，我的文章内容远未能反映中国网络媒体和网络传播在复杂的政治生态及社会环境中的种种状况。



《中国网络媒体 20 年（1994—2014）》是以 1994 至 2014 年为时间轴，21 篇年终专稿为骨干，21 篇文章构成延伸阅读的一本文集。每年度撰写的年终专稿原来的标题均为《××年的中国网络媒体与网络传播》，在编辑这本文集时，重新制作了标题，以便突出当年重要事件和主要特点。在纪念中国接入互联网 20 年之际，这本文集的出版是我的献礼。文集若能够为读者了解中国网络媒体发展史提供一个“索引”的作用，我就相当满意了。在我以互联网作为自己的主要研究对象后，深感自己知识结构之缺陷、学识素养之不足，这些必然反映在这一文集中，谬误之处望同仁和读者多多批评指正。

在我 20 年互联网传播研究的过程中，始终伴随着领导、业界学界同仁和朋友们一路的关怀、扶助，在此，我衷心地道一声：谢谢！

这本文集由于出版过程中的一点点曲折，原定在 2014 年面世拖延到 2015 年。非常幸运的是，方兴东博士对这本文集的出版始终给予了大力支持，最终纳入他精心策划的新媒体系列丛书中。在此，衷心感谢方博士及他率领的互联网实验室团队，亦同时衷心感谢为编辑这本文集付出心血的电子工业出版社编辑刘皎。

互联网时代是一个激情四射的时代，一个创新力迸发的时代，一个奇迹迭出的时代。

我坚信，只要中国向着现代化强国的目标前进，中国的互联网大潮就会永远奔腾不息。

闵大洪

2015 年 10 月 18 日

打造 21 世纪的走向未来丛书

我们正处于互联网革命爆发期的震中，正处于人类网络文明新浪潮最湍急的中央。人类全新的网络时代正因为互联网的全球普及而迅速成为现实。网络时代不再是体现在概念、理论或者少数群体中，而是体现在每一个普通人生活方式的急剧改变之中。互联网超越了技术、产业和商业，极大地拓展和推动了人类在自由、平等、开放、共享、创新等人类自我追求与解放方面的新高度。构成了一部波澜壮阔的人类社会创新史和新文明革命史！

过去 20 年，互联网是中国崛起的催化剂；未来 20 年，互联网更将成为中国崛起的主战场。互联网催化之下全民爆发的互联网精神和全民爆发的创业精神，两股力量相辅相成，相互促进，自下而上呼应了改革开放的大潮，助力并成就了中国崛起。互联网成为中国社会与民众最大的赋能者！可以说，互联网是为中国准备的，因为有了互联网，21 世纪才属于中国。

互联网给中国最大的价值与意义在于内在价值观和文明观，就是崇尚自由、平等、开放、创新、共享等内核的互联网精神。也就是自下而上赋予每一个普通人以更多的力量：获取信息的力量，参政议政的力量，发表和传播的力量，交流和沟通的力量，社会交往的力量，商业机会的力量，创造与创业的力量，爱好与兴趣的力量，甚至娱乐的力量。通过互联网，每一个人，尤其是弱势群体，以最低成本、最大效果地拥有了更强大的力量。这就是互联网精神的革命性所在，这种互联网精神通过博客、微博、微信等的普及，得以在中国全面引爆开来！

如今，中国已经成为互联网第一大国，也即将成为互联网创新中心。从应用和产业层面，互联网已经步入“后美国时代”。但是目前互联网新思想依然是以美国为中心。美国是互联网的发源地，是互联网创新的全球中心，美国互联网“思想市场”的活跃程度迄今依然令人叹服，各种最新著作的引进越来越同步，成为助力中国互



联网和社会发展的重要养料。而今天中国对于网络文明灵魂——互联网精神的贡献依然微不足道！文化的创新和变革已经成为中国互联网革命最大的障碍和敌人，一场中国网络时代的新启蒙运动已经迫在眉睫。“互联网实验室文库”的应运而生，目标就是打造“21 世纪的走向未来丛书”，打造中国互联网领域文化创新和原创性思想的第一品牌。

互联网对于美国的价值与互联网对于中国的价值，有共同更有不同。互联网对于美国，更多是技术创新的突破和社会进步的催化；而对于中国，互联网对于整个中国社会的平等化进程的推动和特权力量的消解，是前所未有的，社会变革意义空前！所以，研究互联网如何推动中国社会发展，成为“互联网实验室文库”的出发点。文库坚持“以互联网精神为本”和“全球互联，中国思想”为宗旨，以全球视野，着眼下一个十年中国互联网发展，期望为中国网络时代到来谏言、预言和代言！互联网作为一种新的文明、新的文化、新的价值观，为中国崛起提供了无与伦比的动力。未来，中国也必将为全球的互联网文化贡献自己的一份力量！

“互联网实验室文库”得到了中国互联网协会、首都互联网协会、数字论坛和浙江传媒学院互联网与社会研究中心等机构的鼎力支持，因为我们共同相信，打造 21 世纪的走向未来丛书是一项长期的事业。我们相信，经过大家的努力，中国为全球互联网创新做出贡献的时刻已经到来，中国为全球互联网精神和互联网文化做出贡献的时刻也即将开始，中国互联网思想的全球崛起也不是遥不可及。我们相信，随着互联网精神大众化浪潮在中国不断深入，让 13 亿人通过互联网实现中华民族全民复兴不再是梦想！

互联网实验室创始人、丛书总编 方兴东